١٠٠١٣٠٢٤

دراسة السوق والمستهلك لسوق الهدي والأضاحي

دراسة

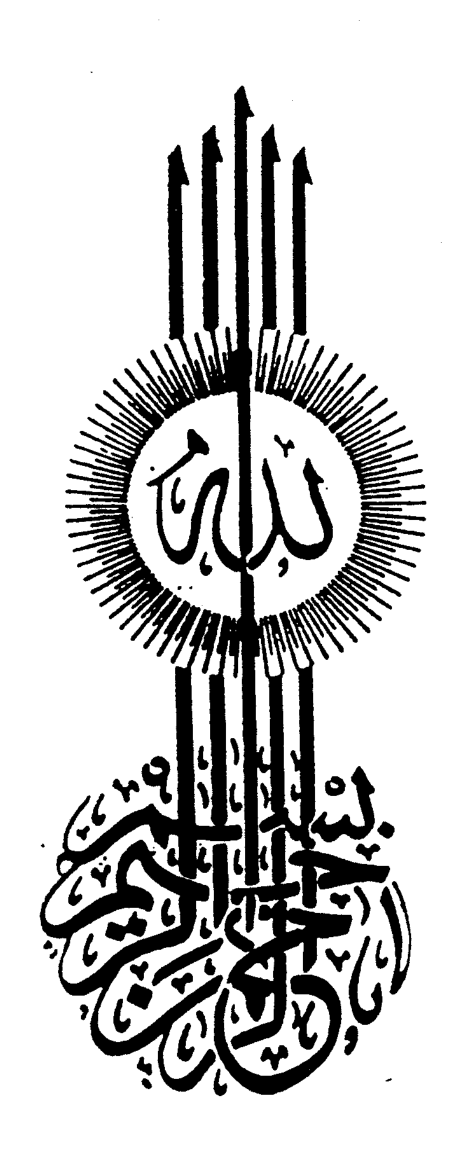
مقدمة للبنك الاسلامي للتنمية

١١/٦/٢٠٠٠م

دراسة

السوق والمستهلك لسوق الهدي والأضاحي

١١/٦/٢٠٠٠م


الله
بسم الله الرحمن الرحيم

دراسة السوق والمستهلك لسوق الهدى

١ مقدمة:

يستهدف مشروع المملكة العربية السعودية للاستفادة من لحوم الهدى والصدقات والتي يؤديها الحاج لا تمام نسكه رغبة في إكمال أداء شعيرته الدينية والتقرب عز وجل لله بهـا. حيث يقدم حاليا المشروع خدمات للحاج ترتكز على هدف رئيسي هو الاستفادة الكاملة من لحوم الذبائح التي ينحرها الحاج والتي كانت لا يستفاد بالكامل منها وإيصالها لمستحقيها من فقراء الحرم مع توسيع دائرة المنفعة لتشمل فقراء المسلمين في مختلف مناطق العالم الإسلامي.

المشـروع يسـتهدف خدمة الحاج من خلال تسهيل عملية نحر النسك وتوزيع الـلحوم على المستحقين. وتتوفر للحاج حاليا عدد من الخيارات حيث يتواجد منافسين لتقديم خدمة الذبح والتي لا تقدم بنفس النوعية (من حيث توفر الشروط الشرعية) يضاف لها أن المنافسة لا تهتم بتوزيع اللحوم وإيصالها لمستحقيها وتترك الأمر في يد الحاج أو يقوم الجـزار ببيعها بعد تركها له من قبل الحاج. وتستند المنافسة نتيجة لعدم تقديمها خدمات إضـافية للاستفادة من الذبيحة على تخفيض السعر وعرض الذبيحة بسعر منخفض عن ما يقـدم مـن قبل المشروع يضاف لها ثمن زهيد مقابل خدمة الذبح نتيجة لعدم قيام الجزار بسـلخ وحفـظ الذبيحة وإعدادها. الأمر الذي يجعل الحاج ينجرف ولا يفكر في النتائج والـتي يجب على المشروع أن يظهرها في حملة الدعاية والإعلان والتوعية التي سيقوم بها البنك. وجعل المقارنة بين المشروع والمنافسة تستند على كافة الأبعاد.

ويعتـبر مشـروع المملكة العربية السعودية خيري لا يستهدف الربح وإنما تغطية تكاليفه مع قيام الدولة أو البنك في حالة تواجد عجز بين الإيراد ولتكلفة بتغطية النقص في الموازنة حيث يهتم المشروع بخدمة المسلمين ونظافة البيئة في الحرم.

ومـن هـذا المنطـلق نتجه نحو دراسة عناصر السوق الخاص بالهدى والصدقات المستهلك (الحاج) والمنافسون بهدف بناء الاستراتيجيات التسويقية التي ستمكن المشروع من الوصول للطاقة القصوى إنتاجيا وتوعية المستهلك بالخدمات والفوائد من التعامل مع المشروع مقارنة بالمنافسة.

٢ المنافسة:

لتحقيق أهداف الدراسة أيضاً تم تصميم استبيانات موجهة للمنافسة للتعرف على اتجاهاها ودرجة تأثرها (إيجاباً أو سلباً) بالمشروع، بالإضافة إلى محاولة معرفة مدى تميزها عـــنه والاختلاف في المنتجات الخاصة بالمشروع كما تمت دراسة كيفية احتوائها من قبل المشروع وأبعاد التعاون الممكنة مستقبلاً وجدوى ذلك اقتصادياً للمشروع. كما تم خلال نفـــس الوقت زيارة المجزرة البديلة للتعرف على التنظيم الحالي وأسلوب الذبح وتصرفات الحجـــاج والقائمين على الذبح وذلك بهدف تكوين تصور شامل للوضع الحالي للخدمة والمنافسة ولسلوكيات الذابحين داخل المجزرة البديلة.

كما تم خلال نفس المرحلة زيارة المجازر البعيدة عن مجموعة المجازر داخل المشاعر وخاصة مجزرة العسيلة للتعرف على نوعية من يقوم بالذبح هناك وطبيعة النشاط الممارس ونوعية المنتجات المعروضة هناك.

٢,١ المجزرة البديلة:

إن أهميـــة اختيار العينة يؤدي إلى إيجاد التوازن بين المعلومات التي يتم جمعها وبين التي يهدف البحث إلى إيجاد إجابات وحلول لها . وقد تم اختيار هذه العينة كجزء مكمل للبحث حيث هدفْنا في هذه العينة على التعرف على المنافسين المباشرين. وقد تم إجراء هـــذه الدراسة على عينة مكونة من ٣٥ من ملاك الحظائر أو المستأجرين والذين يقومون بـــتوفير الذبائح للحجاج لموسم الحج والقيام بتقديم الخدمات لهم حيث نرى أن ما نسبته ٤٣% مـــن الحجـــاج يقومـــون بشـــراء الذبائح من المجازر مباشرة ((مجموع المذبوح-البـــنك)÷مجموع المذبوح). هذا واحتوت قائمة الاستبيان على جميع الاستفسارات والتي يمكن من خلالها توفير معلومات وبيانات اكثر دقة وتفصيلا بحيث يمكن على أساس هذه المعلومات إمكانية التوصل إلى نتائج .

والاستفسارات التي طرحت من خلال الاستبيان تشمل على تحديد أنواع الذبائح وعـــدد الحظائـــر المملوكة لأصحاب الحظائر والخدمات التي يقدمونها وأيضا آرائهم عن

مشـــروع المملكة للإفادة والأعمال التي يقوم بها المشروع وتأثيرها على نشاطهم وإمكانية التعاون مع المشروع مستقبلا والصور المقبولة للتعامل.

٢,١,١ أنواع الذبائح المتوفرة لدى الملاك وكمياتها

تتوفر لدى الملاك نوعان من الذبائح الأغنام والخرفان، فالأغنام منها الماعز المصري والماعز البيشى وغير ذلك ونرى من الجدول رقم(١) أن الماعز المصري لا يتوفر لدى جميع المـــلاك الذين شملتهم العينة , بينما نجد أن الماعز البيشي يتوفر لدى كثير من الملاك وتصل نســـبته إلى ٥٤،٣ % من حجم العينة وتتراوح أسعاره إلى قسمين ٤٥،٧% الأول سعره ٢٠٠ إلى ٣٠٠ ريـــال والـــباقي ٨،٦ % تصـــل أســـعارها من ٣٠١ إلى ٤٠٠ ريال. والكميـــات المتاحة فنجدها تتراوح بين ٣٠٠ إلى ٣٠٠٠ رأس لكل حظيرة من الحظائر التي تعرضها على الحجاج.

النوع الآخر من المواشي هي الخرفان ولها عدة أنواع كالنعيمي والسواكي والحرى والتركي والسوري والنجدي وغيرها . ونجد أن اكثر الأنواع المتوفرة لديهم هي البربري والحري. حيث نجد أن ما نسبته ٤٠% من حجم العينة يتوفر لديهم البربري أما أسعارها فما نسبته ٢٦% منهم تكون الأسعار لديهم ما بين ٢٠٠الى٣٠٠ريال وفي المقابل الباقي ومـــا نسبة ١٤ % تتراوح أسعارها بين ٣٠١ إلى ٤٠٠ريال .ويأتي بعد ذلك في الترتيب مـــن حيث أعداد الحظائر الموفرة الحري وتبلغ بنسبة الحظائر ٣٧،١ % من حجم العينة وتقســـم حسب فئات السعر بنسبة ١٤،٣% منهم تتراوح أسعارها ما بين ٢٠٠الى٣٠٠ ريـــال وما نسبته ١٧ % تتراوح الأسعار لديهم ما بين ٣٠١الى٤٠٠ريال وأما الذين تـــتراوح لديهـــم الأســـعار بين ٤٠١الى٥٠٠ريال فنسبتهم تصل إلى ٥،٧ % وتتراوح الكميـــات المعروضة لدى الملاك (المستأجرين) من الخرفان الحري ما بين ٧٠ إلى ٢٠٠٠ رأس .

وأخيرا نجد الخرفان النجدية متوفرة لدى بعض الحظائر ولكن بكميات قليلة وتصل نســـبة الحظائـــر إلى ٢،٩% من حجم العينة ويتراوح سعرها ما بين ٤٠١الى٥٠٠ ريال والكمية المتاحة لديهم تصل إلى ٥٠٠ رأس . وهنالك نسبة ٢٠% من حجم العينة امتنعوا عن الإجابة أو التعاون في بعض المعلومات.

٢,١,٢ نسبة امتلاك الاحواش ومساحاتها .

لإمكانيـــة توفـــير الذبائح أول بأول يجب توفير مساحة قريبة من الحظائر وذلك لوضع المواشي التابعة لهم حتى يمكن تلبية طلبات الحجاج بأسرع وقت ممكن وبأقل تكلفة وجهـــد ممكـــنان . هذا ونجد أن الإجابات كانت عكس المتوقع حيث أجاب ما نسبته ٧٧،١% مـــن حجـــم العيـــنة بأنهم لا يملكون أحواش قريبة للحظائر وأما من يمتلكون الاحواش فتقدر نسبتهم بحوالي ١٤،٣% فقط وذلك من حجم العينة ونرى أن مساحاتها تتراوح ١٢٠٠م٢الى٦٠٠م٢ . وهنالك نسبة ٨،٦% من حجم العينة امتنعوا عن الإجابة انظر إلى الجدول رقم(٢).

٢,١,٣ عدد الحظائر الموجودة في مكة والمستأجرة

الملاحظ ومن الجدول رقم (٣) أن ما يقارب من ٥٧،٢ % من حجم العينة توجد لديهـــم حظيرة أو أكثر وبموقع أو اكثر من موقع (وذلك في عدة أماكن متفرقة بعيدة عن المشاعر) بل ويلاحظ أن الهدف من وجود الحظائر هو القيام بتربية المواشي ورعايتها فيها ممـــا يعكس بعد إضافي تقوم عليه المنافسة وتعتبر العملية امتداد أفقي لها. في حين نجد أن ٣١،٤ % من المالكين للحظائر يوجد لديهم موقع واحد فقط حيث يتمركزوا في أماكن عـــدة منها العسيلة والشرائع والمجزرة .ونرى أن مساحاتها تتفاوت بين ٢٠٠الى٢٠٠٠م٢ لكـــل حظيرة . بينما نجد أن نسبة ١٤،٣% من ملاك الحظائر يملكون موقعين في أماكن عـــدة منها المعيصم والشرائع والعليلة ومساحاتها تكون ١٠٠م٢ ,٢٠٠م٢ , ٢٠٠٠م٢ , ٣٠٠٠م٢.

وبالنسبة للذين يملكون ثلاثة مواقع أو أربعة مواقع فنجد أن نسبتهم تصل إلى ٢،٩ % مـــن ملاك الحظائر ونجد أن مواقعها بالطائف والشرائع .أما الذين يملكون ستة مواقع للحظائر فتصل النسبة إلى ٥،٧ % من الملاك أما مواقعها بالعوالي أو عسير . وأخيرا نجد أن ما نسبته ٤٢،٨ % من حجم العينة لا توجد لديهم حظائر .

٢,١,٤ توافر خدمات الذبح للحاج وتكاليفها:

إن الهدف الرئيسي لملاك الحظائر (المستأجرين) هو توفير الذبائح للحاج، ولكن لا يقدموا خدمات للحجاج كالقيام بعملية الذبح. وما نلاحظ من الجدول رقم (٤) بأنهم لا يقوموا بتوفير خدمات الذبح وبنسبة ٩٤،٢ في المائة من العينة. ويمكن أن يعود ذلك إلى انخفاض عائد الذبح أو عدم توفر جزارين متخصصين أو عدم توفر مكان جيد للذبح واحتياجهم للترخيص من البلدية في ظل عدم تواجد تنظيم ورخص لمن يقدموا هذه الخدمة. فقط نسبة صغيرة ٢،٩ في المائة تقدم خدمة الذبح وامتنع ٢،٩ في المائة عن الإجابة.

٢,١,٥ التعاون مع مشروع المملكة:

مشـــروع الإفادة يهدف لتقديم خدمات للحاج وتوفير احتياجه بأقل سعر ممكن وبدون ربح ويعتمد على الموردين في توفير احتياجاته من الذبائح، في حين تهدف المنافسة لـــتحقيق الربح من خلال توريد أو تربية المواشي. لذلك نجد أن الموافقة على التعاون مع مشـــروع المملكة سيكون في إطار يخدم مصالحهم ولا يتعارض مع هدفهم الرئيسي الربح لـــتواجد تكامل بين الطرفين. وبالنظر في الجدول رقم (٥) نرى أن نسبة كبيرة من الملاك وتصل نسبتهم إلى ٦٥،٧ % من حجم العينة لديهم الرغبة في التعاون مع مشروع المملكة للإفـــادة مـــن لحـــوم الهدى والأضاحي. بينما نجد أن نسبة ١٧،١ % من حجم العينة يرفضون التعاون مع المشروع وذلك لأسباب عدة منها عدم تعاون المشروع معهم أساسا في عملية الذبح ولا يقوم المشروع بالذبح في أيام التشريق علاوة على أنهم يعتبروا المشروع منافســا خطرا عليهم وأستهدف محاربتهم وقطع رزقهم. وأمتنع ما نسبتهم ١٧،١% من العينة عن الإجابة على هذا السؤال.

٢,١,٦ تأثير وجود مشروع المملكة:

يعتبر وجود مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي مؤثر على الملاك ومـــن ثلاث نواحي هي: أولا يؤثر على حجم العمل المتوفر لهم وثانيا إن المشروع مفيد للمســـلمين لـــو أعطوا فرصة للتعاون معه وثالثا إن المشروع مرتب لعملية الذبح وافضل

ولكـــن المطـــلوب التعاون معه. من خلال الجدول رقم (٦) نجد أن ٧٤،٣ % يرون أن المشـــروع أثر سلبا على حجم أعمالهم ويرى فقط ٨،٦ % من العينة يرون أن للمشروع فائدة للمسلمين (عدم الرضا عن المشروع مرتفع هنا من خلال عدد من أجابوا) في حين يـــري ٨،٦ % أن المشروع مؤثر من جميع النواحي وأنه مفيد للمسلمين ومرتب لعملية الذبح وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٨،٦ %.

٢,١,٧ صيغ التعاون مع المشروع

نجـــد أن ما نسبته ٦٦% من حجم العينة يرغبون في التعاون مع المشروع ولكن بصيغة تحكم التعاون فيما بينهم بحيث يمكن تلافي الاختلافات.

وقد تم تحديد عدد من الصيغ التي يمكن التعاون من خلالها في التالي:

١. توريد الأغنام والخرفان للمشروع.
٢. بيع الخرفان للحاج وتذبح للمشروع.
٣. البيع من خلال المشروع مع تحمل كلفة الذبح ووضعها مع السعر.

هـــذا وقـــد تم أخذ آرائهم حول أفضل الصيغ للتعامل معهم ومن خلال الجدول رقـــم(٧) نجد أن ما نسبته ٢٢،٩% من حجم العينة يرون البيع من خلال المشروع مع تحمـــل كـــلفة الذبح ووضعها في السعر كصيغة مناسبة للتعاون مع المشروع.بينما يفضل ١٧،١% مـــن العيـــنة توريد الأغنام وخرفان المشروع. ويفضل ما نسبته ١٤،٣ % من العينة أن يتحول المشروع لشركة مساهمة ويتملكوا فيها. ويفضل ٨،٦ % من العينة على بيـــع الخرفان للحاج وبدوره يذبح في المشروع. ويري ٨،٦ % التوريد للمشروع والبيع لـــلحاج لـــلذبح في المشروع. وتري نسبة ٥،٧ % من العينة البيع للحاج أو من خلال المشـــروع مـــع تحميل الثمن كلفة البيع. وترك ٢،٨% من الملاك اختيار صيغة التعاون للمشروع في حين امتنع ٢٠ % عن الإجابة.

٢,٢ كبار تجار المواشي:

تـــتكون ســـوق الأغنام والخرفان (المواشي) في المملكة العربية السعودية من فئتين رئيسية من المتعاملين في السوق الأولى هى مجموعة من صغار المربيين أو أفراد يقوموا بتربية

أنواع محددة لهذا الغرض طول العام علاوة على حصولهم على جزء من احتياجهم من الفئة الثانية وسبق وتناولنا توجهاتهم في الجزء السابق. ويدخل ضمن الفئة الأولى الشركات الزراعية المساهمة ولكن إنتاجها يوجه للسوق الاستهلاكية وليس للحج لارتفاع قيم خرفانها. والفئة الثانية وهى المحتكرة والأكبر قوة وتأثير في السوق وهم الموردين كبار التجار (المستوردين). وترتكز السوق على تربية نوعين من المواشي (تستورد أو تربي) النوع الفاخر مرتفع الثمن والذي لا يصلح للأضاحي والنوع الثاني متوسط الثمن (أغنام محليا تربي أو خرفان استيراد) مثل شركة المواشي والنويصر وشركتان متوسطة. وتعتبر هذه السوق شبه احتكارية يحدد الأسعار والكميات فيها أربعة شركات ومؤسسات. وليس من السهولة توسعهم أو دخول المنافسة تجاههم نظراً للإمكانيات من الأصول المطلوبة للدخول في هذا المجال. يضاف لها حكر الاستيراد عليهم دون فتحه للدول الإسلامية القادرة على التوريد والمنافسة مثل تركيا وسوريا ودول المغرب العربي والسودان وغيرهم.

ولم يهتم البنك الإسلامي للتنمية فسح المجال لصغار المربين والتجار المنافسة حيث يتم حكرها بسبب المناقصة وعرض الأسعار وتامين الكميات على الكبار فقط. الأمر الذي جعل الكبار تسيطر على السعر المفروض على البنك ومن خلال تحويل المنافسة تجاه البنك وصغار المربين والتجار على المستهلك النهائي مع حصر دور البنك الإسلامي في تحديد السعر العام والبيع بسعر أقل لجذب المستهلك الحساس سعرياً أو الراغب في خدمة خاصة كالتأكد من القيام بالذبح لفروقات مذهبية. والمفروض أن يطور البنك عمله وينقل التنافس السعري لسوق الموردين (كبار التجار) من خلال توجيه صغار التجار والتعامل معهم مباشرة. وحالياً يعتبر السوق الحالي المغلق عالمياً والمفتوح لكبار التجار والموردين السعوديين نوع من المحتكر والمؤثر سلباً على القدرة على المنافسة والمعطل لرسالة البنك فيما يختص بالتسويق للمشروع من خلال الذبح وإيصال الذبائح لمستحقيها. ويتطلب الأمر من البنك تغيير الاستراتيجية الحالية وتطوير استراتيجية جديدة لزعزعة التركيبة الحالية وتطوير تركيبة جديدة من خلال احتواء المنافسة ونقل التنافس إلى سوق الموردين وكبار التجار وتكوين نوع من المنافسة فيه.

٢,٣ أطراف أخري:

الجمعيـــات الدينية المحلية الخاصة بدول الحاج وترتكز في الحجاج الماليزيين ويمكن التغـــلب عـــليهم من خلال الإفادة والتركيز على الشرط الأساسي بعدم جواز ولا يجزئ لـــلحاج أن يذبح خارج الحرم وأن الفائض هو الذي ينقل للخارج والقيام الحالي بالذبح خارجاً فيه كسر جزء من الشريعة التي اشترطت أن يساق الذبح إلى المشعر الحرام ويذبح هناك ويتم ذلك من خلال الأدلة المطولة هنا والمنشورات في جزء تكون الإستراتيجيات.

٢,٤ مجزرة الجمال

أســـلوب عملها الحالي يعتمد على تأجير مواقع للتجار ويتعامل المستهلك مباشرة مـــع الـــتاجر. وتقدم خدمة الذبح فقط من قبل البنك الإسلامي وبتكلفة مرتفعة. وهناك ملاحظـــات وسلبيات على الرغم من أن هذا النوع من التشغيل يعتبر الأفضل من حيث إتاحة الفرصة للمستهلك في اختيار الذبيحة وشرائها مباشرة ثم ذبحها. وهو اتجاه ينظر له عـــلى أنه التوجه الصحيح. والاستفادة من السلبيات وترك عملية المنافسة الحرة بعد هام لخدمة المستهلك يجب أخذه في الاعتبار.

أولا: الـــتعامل مع المنافسة والسعر: إيجار بعض الأشخاص لعدد من الحظائر أو الأحواش وتأجيرهـــا مـــن الباطن لمن يرغب في استخدامها كمنافذ للبيع بأسعار أعلى من القيمة الايجاريـــة الـــتي يحددهـــا البنك. الوضع الذي سينعكس على الحاج والاقتصاد الخاص بالقائمين على توفير المنتجات.

ثانيـــا: التعامل مع المنتجات: إساءة معاملة الحيوانات أثناء نقل الحيوانات إلى الحظائر أو نقلها إلى المجزرة وأهم مظاهر الإساءة هي ضرب الحيوانات بقسوة وربطها بسلك لسحبها إلى المجـــزرة. وهـــروب الحيوانات خارج الحظائر مما يعرض الحجاج للمخاطر وكذلك الحركة الخاصة بالسيارات التي تنقل العاملين أو المقيمين في المجزرة.

ثالـــثا: هدف البنك والمشروع: وجود قطع كبيره من اللحم ملقاة في أماكن متفرقة حول المجـــزرة أو قـــرب الأحـــواش بصورة تبتعد عن هدف البنك حول الاستفادة من اللحوم للفقراء ونظافة البيئة.

رابعًـــا: سلوكيات العاملين: تدخين موظفي الأمن على باب المجزرة ويتصاعد الدخان في وجـــه الحاج الذي يسأل ويستفسر علن أعمال الذبح وخلافه. عملية السلخ الآلي مما لا شـــك فيه توفر الوقت ولكنها تؤدي إلى تمزيق جلد الحيوان الذي يمكن أن يستخدم بعد ذلـــك في المصـــنوعات الجلدية وهذا التمزيق يقصر استخدام الجلود على صناعات مثل صـــناعة الأحذيـــة مثلاً. العمل خلال هذه الفترة (الحج) مرهق جداً للجزارين والأطباء الـــبيطريين ومبررات ذلك هو الضغط الكبير ولكم الكبير من الذبائح. ولاحظنا في صباح يـــوم الـــثاني عشر تجمع أعداد كبيرة من وكلاء الحجاج على باب إدارة البنك يطالبون بمقابـــلة رئيس البنك ويمنعهم من الدخول (موظف الأمن والسلامة بالإضافة إلى جندي) ويطالـــبون بجزء من ذبائحهم بحجة أنهم وكلاء عن حجاج اشتروا من ٧-١٠ بقرات أو جمـــل و لم يـــأخذوا شيئاً من ذبيحتهم أو حتى كبد وأنهم رأوا بأم أعينهم أنها توضع في بـــرادات أو توزع على الأفارقة ثم يرمونها ولا يعطون الوكلاء شيئاً منها وأنهم متضايقون مـــن هـــذه العملية. وقد أفاد بعضهم بأن فيما معناه أن قوات المجاهدين تطردهم بالعصي لإبعـــادهم عن المجزرة وبقسوة شديدة وسوء تعامل. وبكلامنا مع موظف الأمن الخاصة بالبـــنك أفـــاد بأنهم قد بلغو المسئولين في البنك و لم يعبئوا لهم وأن هذه الزحمة أمام باب الجمال فقط.

٢,٥ النتائج:

المنافســـة غـــير مـــنظمة والسيطرة حالياً تتم من قبل كبار تجار المواشي في حين يسترشـــد الصغار بتسعير البنك الذي لا يهدف للربح وإنما لرسالة تهدف للاستفادة من لحوم الأضاحي والتحليل يركز بالتالي على تكوين وتطوير استراتيجية جديدة هى احتواء المنافسة ونقلها تجاه كبار تجار المواشي.

٣ تحليل المستهلك:

ونقصد بالمستهلك هنا الحاج والراغب في أداء نسكه من خلال ذبح الهدى أو التصدق بلحوم الذبيحة لفقراء الحرم أو فقراء المسلمين. وقد يكون الحاج فردا أو يمثل مجموعة كالوكيل عن مجموعة من الحجاج لاستلام جزء من الذبائح كما يتم حاليا مع البنك الإسلامي للتنمية. وسيتم التركيز هنا على المستهلك (الحاج كفرد والوكيل) للحصول على المعلومات عنه وعن تعامله مع المشروع ومدى درايته ومعرفته به.

٣,١ جمع المعلومة قبل وبعد الحج:

وسيتم جمع المعلومات **قبل وإثناء أداء الحج وبعد الانتهاء من أداء الحج** بهدف التعرف على مدى تواجد ما يغير وجهة النظر أو زيادة المعرفة عن المشروع أو الدوافع التي تجذبه للتعامل مع المشروع تمهيدا لبناء الاستراتيجية التسويقية للمشروع وجدوى التركيز الداخلي والخارجي. وسيساعد في حالة عدم وجود فرق في تصرفات ورؤيا الحاج **قبل وبعد الحج** على الحكم على عقم الوظائف الحالية التسويقية في إقناع أو تغيير رأي الحاج حول الذبح في المشروع من عدمه.

٣,٢ طرق جمع المعلومات:

سنعتمد في جمع المعلومات عن المستهلك (الحاج والوكيل) على ثلاثة أدوات الاستبيان (والذي سيتم استخدام نموذجين ليعكسا الوضع حول وقت دخول المستهلك للملكة العربية السعودية وبقائه حتى الحج) وعلى المقابلة الشخصية وعلى أسلوب البحث النوعي.

٣,٢,١ أنواع أدوات جمع البيانات:

تم استخدام أسلوبين لجمع المعلومات الأول هو الاستبيان والمقابلة الشخصية والثاني هو البحث النوعي. حيث ركزت المرحلة الأولى من الدراسة على تطوير الاستبيانات الخاصة بجمع البيانات وهي موجهة لثلاث فئات تمثل أطراف العلاقة في المشروع وهم الحجاج والمنافسة والوكلاء. وتم تدريب المساعدين على جمع المعلومات علاوة على كيفية إجراء البحث النوعي لفرد واحد فقط. في حين تم من خلال المرحلة الثانية جمع المعلومات إثناء موسم الحج وقام مركز أبحاث الحج بتفريغها وتم استبعاد بعض الاستمارات التي لا تفي بالشروط وخاصة كونها متضاربة في الرأي.

٣,٢,٢ العينة:

تم جمع البيانات وتوزيع الاستمارات لنوعين من الأفراد الحاج كفرد عادي وتم جمع عينة كبيرة وتحوي كافة الجنسيات والوكلاء كطرف ممثل لمجموعة من خلال التواجد في المجازر وقت تسلمهم لجزء من الهدى وتوزيع الاستمارات عليهم.

٣,٢,٢,١ أولا : الحاج:

لتحقيق أغراض الدراسة فقد تم تقسيم الحجاج إلى مجموعتين: الأولى وهى التي تبدأ من لحظة دخول الحاج إلى السعودية والثانية أثناء أداؤه لنسك الحج وبعد الانتهاء منه أيضاً. وعادة ما يتم تفاعل الحاج مع المشروع في المرحلة الثانية ويتخذ فيها القرار حول الذبح في المشروع من عدمه. والهدف بالتالي من توزيع الاستمارات قبل هو التعرف على مدى معرفة وإدراك الحاج بوجود المشروع وأهداف المشروع (وبعض المعلومات الأخرى ذات العلاقة) عند قدومه من بلده. والهدف من توزيع الاستمارات في المرحلة الثانية والثالثة من أداء النسك هو التعرف على القرار المتخذ ومؤثراته. وقد تم ترجمة الاستمارات للمراحل الثلاث إلى ثماني لغات هي التركية والفارسية والأوردو والفرنسية والإنجليزية والبنغالية والاوزبكية والملايو. وتمت تعبئة الاستمارات تحت إشراف ومتابعة طلاب يجيدون هذه اللغات بهدف مساعدة الحجاج الذين لا يجيدون القراءة والكتابة.

الجدول رقم: (٨)

عدد الاستمارات التي تمت تعبئتها في مكة (المرحة الأولى)قبل الحج

اللغة	العدد الكلي	مكة (قبل الحج)		
		مراكز التفويج	ساحات الحرم	المجمع السكني
العربية	٢٨٢	٧٠	٧	١٩٥
الإنجليزية	١٢٩	٠	٢٨	١٠١
الفرنسية	١٥٢	٠	٥٦	٩٦
الأوردية	١٣٥	٣	٠	١٣٢
البنغالية	١٢٩	٠	٠	١٢٩
الطاجيكية	٩٨	٠	٠	٩٨
الفارسية	١٧٧	٢	٧٣	١٠٢
الملاوية	١٢٨	٣٣	٢٩	٦٦
التركية	٦٦	٠	٠	٦٦
الإجمالي	١٢٨٦	١٠٨	١٩٣	٩٨٥

ونستعرض من خلال الجدول رقم: (٨) استمارات الحجاج التي تم جمعها قبل الحج وللفترة الأولى والتي بلغت ١٢٨٦ استمارة. حيث تم في هذه الفترة جمع الاستمارات من مراكز التفويج وساحات الحرم وأماكن سكن الحجاج. وبلغ عدد الاستمارات كتالي:

- ١٨٠ استمارة جمعت في مراكز تفويج الحجاج
- ١٩٣ استمارة جمعت في ساحات الحرم
- ٩٨٥ استمارة جمعت في أماكن سكن الحجاج

وتم تغطية ٩ لغات يتحدث بها الحجاج.

الجدول رقم: (٩)

عدد الاستمارات التي تمت تعبئتها في منى (المرحلة الثانية)أثناء الحج

اللغة	العدد الكلي	منى في أثناء الحج	
		المجازر	السكن
العربية	٦٦٧	٣٠	٦٣٧
الإنجليزية	٣٢٨	١٣	٣١٥
الفرنسية	٧١	٤٠	١٠٨
الأوردية	٢٢٩	٧٠	١٥٩
البنغالية	١٤٢	٤٤	٩٨
الطاجيكية	١٨٦	٦	١٨٠
الفارسية	٢٤٤	٣٦	٢٠٨
الملاوية	٣٥١	٥٥	٢٩٦
التركية	٢٣٣	٠	٢٣٣
الإجمالي	٢٥٢٨	٢٩٤	٢٢٣٤

ويحتوي الجدول رقم: (٩) على استمارات الحجاج التي تم جمعها في منى أثناء موسم الحج وبلغت ٢٥٢٨ استمارة. حيث تم جمعها في موقعين هما، المجازر وأماكن سكن الحجاج.

وبلغ عدد الاستمارات كتالي:

- ٢٩٤ استمارة جمعت حول المجازر البديلة (ليست مجازر المشروع)
- ٢٢٣٤ استمارة جمعت في أماكن سكن الحجاج في منى

وتم هنا تغطية تسع لغات.

الجدول رقم: (١٠)

عدد الاستمارات التي تمت تعبئتها في مكة (المرحلة الثالثة) بعد الحج

اللغة	العدد الكلي	مكة (بعد الحج)	
		الحرم	السكن
العربية	٠	٠	٠
الإنجليزية	٠	٠	٠
الفرنسية	٤٩	٤٩	٠
الأوردية	٤٩	٤٩	٠
البنغالية	٢٥	٠	٢٥
الطاجيكية		٧	٣٢
الفارسية		٣٨	٤٧
الملاوية	٣١	٢٢	٩
التركية	١١٦	٥٢	٦٤
الإجمالي	٣٩٤	٢١٧	١٧٧

ويحتوي الجدول رقم: (١٠) على استمارات الحجاج التي تم جمعها في مكة المكرمة وبعد انتهاء موسم الحج وبلغت ٣٩٤ استمارة لاستكمال أعداد الحجاج للمرحلة الثانية. وتم جمعها حول الحرم وفي أماكن سكن الحجاج. وكان توزيع الاستمارات على النحو التالي:

- ١٧٧ استمارة حول الحرم
- ٢١٧ استمارة في مناطق سكن الحجاج.

وتم تغطية خمسة لغات في هذه المرحلة.

الجدول رقم: (١١)

أماكن تجميع الاستمارات في مكة المكرمة ومنى

اللغة	العدد الكلي	إنتاجية الفرد	مكة (قبل الحج)			مكة (بعد الحج)		منى في أثناء الحج	
			التفويج	الحرم	السكن	الحرم	السكن	المجازر	السكن
العربية	٩٣٩	٢٣٥	٧٠	٧	١٩٥	٠	٠	٣٠	٦٣٧
الإنجليزية	٤٥٧	٢٢٨	٠	٢٨	١٠١	٠	٠	١٣	٣١٥
الفرنسية	٣٤٩	١٥٠	٠	٥٦	٩٦	٤٩	٠	٤٠	١٠٨
الأوردية	٤١٣	١٨٢	٣	٠	١٣٢	٤٩	٠	٧٠	١٥٩
البنغالية	٢٩٦	١٤٨	٠	٠	١٢٩	٠	٢٥	٤٤	٩٨
الطاجيكية	٣٢٣	٣٢٣	٠	٠	٩٨	٧	٣٢	٦	١٨٠
الفارسية	٥٠٦	٢٥٣	٢	٧٣	١٠٢	٣٨	٤٧	٣٦	٢٠٨
الملاوية	٥١٠	٢٥٥	٣٣	٢٩	٦٦	٢٢	٩	٥٥	٢٩٦
التركية	٣٥١	١٧٥	٠	٠	٦٦	٥٢	٦٤	٠	٢٣٣
الإجمالي	٤٢٠٨		١٠٨	١٩٣	٩٨٥	٢١٧	١٧٧	٢٩٤	٢٢٣٤

وتم تجميع هذه الاستمارات في الجدول رقم: (١١) ليعطينا صورة شاملة للوضع حيث تم جمـــع ٤٢٠٨ استمارة وبحجم يعكس أعداد الحجاج الوافدة حسب اللغات التي تتحدثها مجموعة الحجاج.

كمـــا تم مـــن خلالها أيضاً عمل بعض المقابلات مع بعض مجموعة من الحجاج وبعض الوكلاء وتم بالتالي أخذ معلومات إضافية وأعمق من السابقة وبتفاصيل أكبر ولها صـــلة مباشـــرة بســـلوكيات الذبح. وستساعد على إلقاء الضوء على بعض التصرفات والسلوكيات التي تتم حالياً تجاه الذبح في المشروع وخارجه، فضلاً عن بعض الاقتراحات التطويرية للمشروع.

٣,٢,٢,٢ ثانيا الوكلاء:

وهنا يمثل الوكيل ما مجموعه عشرة أفراد وأكثر من المستخدمين للمشروع وبالتالي يعتـــبر ١٤ فرد الذين تم جمع الاستمارات عنهم يمثلوا وسيؤثروا على ١٤٠ شخص على الأقل ونتائجهم ستدعم نتائج الدراسة. وهم تقريبا الذين كانوا متواجدين وقت الذبح وفي صباح يوم ١٠ و١١ من ذي الحجة.

٣,٣ نتائج المستهلك (الوكلاء):

الوكلاء وهو مصطلح ناجم من تنظيم قام به البنك حتى يقوم بتسليم مجموعة من الأفراد ذبيحة من الذبائح الكلية حتى يستفيدوا منها. وبالتالي هناك شخص يتسلم ذبيحة عن عشر ذبائح بموجب كوبون (توكيل محدد) وله الحق في حضور الذبح. ويعتبر الوكيل شخص مؤثر على من وكله ورجوعه بوجه نظر سلبية عن المشروع قد تؤثر على الموكلين وعـــلى الحجاج القادمين من نفس البلد لأنه وحسب النتائج يعتبر سماع ونصح من حج ســـابقا مؤثر على قرار من يليه ولذلك تم توجيه استمارات لهم وطلب منهم معرفة رأيهم مـــع تـــرك المجال لهم لإضافة ما يرونه مناسبا من أراء. وقد قاموا بإعطائنا معلومات من خلال الاستبيان الذي قدم لهم والذي يشمل آرائهم بما يتعلق بمناسك الحج الذي يؤدونه كذلك عن ذبائح الهدى والأضاحي. كما تم قياس مدى معرفتهم بمشروع المملكة للافاده من لحوم الهدى والأضاحي وعن أعمال المشروع وشرعيته .

تمت هده الدراسة على ١٤ وكيلا من الحجاج (كل واحد يمثل أكثر من ١٠ أفراد منهم ٧ من الجنسية التركية و٤ من الجنسية الفلسطينية وواحد من الجنسية المصرية واثنان لم تحـــدد جنسياتهم . وهذا تقريبا يعكس الجنسيات التي تتعامل حاليا مع المشروع يضاف لهـــم حجـــاج الداخـــل السعوديين وكما سنرى نجد أن هناك نوع من الغياب التوعوي للحجاج حول تواجد المشروع.

وحـــول كون العينة أن معظم أفراد العينة من الحجاج غير المقيمين بنسبة ٥٦ % بيـــنما كانت نسبة المقيمين ٧ % وفي المقابل امتنع عن ألا جابه ٣٦ %. ويبلغ متوسط أعمار أفراد العينة بين ٣٥ سنه الى٤٦ سنه انظر جدول (١٢) وجدول (١٧). مما يعكس تركيبة الحجاج حسب ما سنرى فيما بعد وعند تحليل الحاج الفردي.

الجدول رقم(١٧ب) توزيع العينة

الجنسية	التكرار	النسبة%
تركي	٧	,٥٠
فلسطيني	٤	,٢٩
مصري	١	,٧
غير معروف	٢	,١٤

وعلى مستوى التعليم فنلاحظ أن ما نسبته ٣٥%من حجم العينة حاصلين على شهادات جامعيه ومقابل ٣٥% لديهم المستوى ثانوي أما الحاصلون على الإعدادي فنسبتهم ٧% و لم يجيبوا نجد أن نسبتهم ٢١%من العينة انظر جدول(١٣). الأمر الذي يعكس عمق المعرفة والإدراك والوعي لدي الوكلاء حسب العينة الصغيرة (عشوائية في توقيت أخذها).

بالنسبة لمرات الحج فهي كما يلي نسبة ٢١% منهم حجوا لأول مره ونسبة منهم ٢١% حجوا اكثر من ثلاث مرات أما الذين حجوا لأول مره فبنسبة ١٤% وأيضا نفس النسبة ١٤% للذين حجوا مرتين أما الذين حجوا لأكثر من خمس مرات فبنسبة ٧ % وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٢١% من أفراد العينة انظر جدول (١٦) .

وعن وسائل النقل التي قدم الحجاج بها إلى الأراضي المقدسة فيبلغ نسبة ٥٠ % قدموا بالطائرة و ٢٩ % استخدموا النقل برا بينما نسبة منهم٢١ % امتنعوا عن الإجابة انظر جدول (١٤). جهات العمل التي يعمل بها أفراد العينة فيلاحظ أن القطاع الخاص يحظى بالنسبة الأعلى ٣٥ % بينما الأعمال الشخصية تأتى بعدها وذلك بنسبة ٢٩ % بينما ٢١ % يعملون بالقطاع الحكومي وامتنع عن الإجابة ما نسبته ١٤ % انظر جدول (١٥). هده نبذه موجزه عن أفراد العينة والتي تمت الدراسة عليهم.

٣,٣,١ أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت.

أن اكثر أنواع الحج شيوعا في أوساط الحجاج هو التمتع بنسبة ٧١ % من الحجاج بينما هنالك نسبة ٧ % من الحجاج مفردين ويلاحظ أن ما نسبته ٢١ % منهم

لا يعرفون أنواع الحج انظر جدول رقم(١٨). أما اكثر أنواع الذبائح التي تمارس في الحج فهو الهدى بنسبة كبيره تقدر بـــ ٩٣ % بينما نسبة ٧ % ذبائح الفدو انظر جدول رقم (٢١).

٢,٣,٣ عملية شراء الذبائح وأماكن ذبحها .

يتم شراء الذبائح من أماكن متعددة كالباعة المتجولين أو من المجزرة أو من خلال مشروع المملكة للافاده من لحوم الهدي والأضاحي(بنك التنمية الإسلامي) أو من جهات مختصة أخرى لبيع الذبائح .

وقـــد لوحـــظ من عملية الاستبيان أن هنالك نسبة ٤٣ % يقومون بالشراء من المجـــزرة وأيضـــا نفـــس النسبة ٤٣% فيقومون بعملية الشراء من مصادر أخرى مختلفة (الكوبونـــات - المشروع - بنك الراجحي ...) وقد امتنع عن الإجابة ما نسبته ١٤ % انظـــر جدول رقم (٢٠). أن عملية شراء الذبائح لها مصادر مختلفة كالشراء شخصيا أو بواســـطة قـــريب أو يقوم بذلك المطوف أو رئيس البعثة أو من خلال مشروع الافاده أو بواســـطة حاج آخر أو غير ذلك. وحسب إجابات الوكلاء نجد أن ٣٦ % من الحجاج يعتمدون على رئيس البعثة (الأتراك) وأيضا نفس النسبة ٣٦ % بواسطة مشروع المملكة للافاده من لحوم الهدي والأضاحي بينما ٢١ % يقومون بعملية الشراء بأنفسهم أما ٧ % فبواسطة حجاج آخرون جدول رقم (٢٢). وهنالك إجماع من قبل أفراد العينة بان من يقـــوم بعملية ذبح الذبائح هو مشروع المملكة للافاده. أما مدى الاستفادة الشخصية من الذبائح فهنالك ما نسبته ٥٧ % استفادة كليه أما ٤٣ % استفادة جزئيه جدول رقم (٣٤). أما مصير الجزء غير المستفاد منه فيلاحظ عدم التحديد لعدم الإجابة بنسبة ٥٧ % أمـــا ١٤ % فيقومون بترك الجزء غير المستفاد منه مكان الذبح أما ما نسبته ٢٩ % فلا يعلمون عنها انظر جدول رقم (٣٥).

٣,٣,٣ التعامل مع مشروع المملكة للافاده من لحوم الهدي والأضاحي

وسنتطرق له من عدة زوايا تدور حول المعرفة بوجود وأعمال وتفضيل التعامل مع المشـــروع وسعر الذبائح وأخير رأيهم حول الأعمال التي يقوم بها المشروع. حتى نكون الصورة الكاملة حول المشروع والتعامل معه.

٣,٣,٣,١ المعرفة بوجود المشروع

هـــنالك وعي كبير بين الأفراد في معرفة المشروع وتقدر نسبة ٨٦% من الأفراد يعرفون عن المشروع بينما مانسبته٧% لا يعرفون بوجود المشروع وقد امتنع عن الإجابة ما نسبته ٧% انظر جدول رقم(٢٣).

وقـــد تمت معرفة المشروع من خلال طرق عديدة كالجرائد والمطويات والمطوفين وبعثات الحج أو من خلال حجاج سبق لهم الحج ويلاحظ أن ما نسبته ٣٥% سمعوا عن المشروع من خلال أقرباء لهم سبق لهم الحج بينما يكون المطوف أو الدليل له التأثير الكبير على الحجاج لتعريفهم بالمشروع وأعماله وهده نقطه مهمة يجب أخذها بعين الاعتبار أما مـــا نســـبته ١٤% فقد تعرفوا على المشروع من خلال بعثات الحج أما بواسطة الجرائد فنسبتها قليلة ٧% كذلك عن طريق حجاج آخرون مانسبته٧% وقد امتنع عن الإجابة ما يقدر بـــ ٧% انظر جدول رقم (٢٤).

٣,٣,٣,٢ المعرفة بأعمال المشروع

هـــنالك تســـأل مـــن الحجاج عن الجهة التي تقوم بعملية الذبح وهل هي تراعي المواصفات الشرعية في الذبح فيلاحظ أن ما نسبته ٥٧% يدركون ذلك بينما ٤٣% ليس لديهـــم فكـــره عن أعمال المشروع والتي يقوم بها انظر إلى الجدول رقم (٢٥). بالنسبة لشـــرعية توكيـــل المشروع بالنيابة عن الحجاج فنرى أن نسبة ٩٣% يوافقون على هدا الرأي بينما مانسبته٧% يرون عكس ذلك جدول (٢٦).

٣,٣,٣,٣ تفضيل التعامل مع المشروع من عدمه

هنالك ما نسبته ٨٥% تفضل التعامل مع المشروع وذلك لأسباب منها الفتوى في شرعية التوكيل وأيضا السهولة في عملية الذبح وتوصية الأصدقاء وغيرها من مزايا يوفرها المشروع أما ما نسبته ١٥% فلم يجيبوا على هذا السؤال انظر جدول رقم (٢٧).

٣,٣,٣,٤ سعر الذبائح بالمشروع

هنالك نظرات متفاوتة حول سعر الذبائح وهو أن أسعار المشروع عالية بما نسبته(٣٦%) كذلك بان أسعار المشروع متقاربة مع المنافسة (٣٦%) وذلك مقارنة بأسعار الغير أما نسبة ٧% فتعتبر أن أسعار المشروع اقل من غيرها بينما هناك نسبة ١٤% لا يعرفون الأسعار خارج المشروع أما من امتنعوا عن الإجابة فيقدرون بنسبة ٧% انظر جدول رقم (٣١) وهنالك إجماع على أن أسعار الذبائح تقدر بحوالي ٣٥٠ ريال.

٣,٣,٤ الأعمال التي يقوم بها المشروع ويشرف عليها

يلاحظ أن ما نسبته ٢١% من أفراد العينة لا يعتقدون بان الحكومة تشرف على مشروع الإفادة من لحوم الهدي والأضاحي وذلك من خلال بنك التنمية الإسلامي بينما ٧١% يعتقدون عكس ذلك أما ٧% فامتنعوا عن الإجابة لعدم معرفتهم انظر جدول (٣٦). ويدرك كل الحجاج أن توكيلهم للمشروع نيابة عنهم جائز . فيما يري ما نسبته ٨٦%من العينة أن هيئه شرعيه أجازت توكيل الحاج للمشروع بينما وعلى النقيض ٧% لا يعتقدون ذلك أما ٧% فلم يجيبوا على هذا السؤال حسب الجدول (٣٧).

ومن زاوية مراعاة المواصفات الشرعية من قبل المشروع يدرك ذلك ما نسبته ٧١ % من الحجاج بينما ما يوازي ٧% يشكون بذلك أما ٢٢% فامتنعوا عن الإجابة انظر إلى الجدول رقم (٣٩) . وهنالك مانسبته٧١%من العينة يعلمون أن المشروع يشرف على نقل الذبائح ويقوم بتوفير جزارين مختصين أما ما نسبته١٤% فيعترضون على ذلك ولا يعتبرونه صحيحا أما ما نسبته١٥% فلم يجيبوا عن هذا السؤال جدول (٤١)و(٤٢). ويعتقد ما نسبته٦٤%من العينة بشرعية تذكية الذبائح من قبل المشروع وهنالك مانسبته ٧%منهم لا يوافقوهم الرأي بينما لم يجيب مانسبته٢٩% عن مشروعية التذكية أنظر الجدول رقم (٤٣).

هنالك نسبه كبيره تقدر بـــ ٩٣% يوافقون الرأي على أن المشروع ينظم عملية الذبـــح ويتخلص من النفايات بطريقة تحافظ على البيئة أما نسبة٧% فامتنعوا عن الإجابة لعدم معرفتهم جدول رقم (٤٤). وأن ما يقوم به المشروع من أعمال خيريه بتوزيع لحوم الهـــدى والأضــاحي على فقراء الحرم كذلك على فقراء الدول الإسلامية شيء ملموس ويدركـــه الحجاج بنسبة ٨٦% مع ملاحظة عدم إجابة مانسبته١٤% من حجم العينة انظـــر إلى جداول رقم (٤٥) و (٤٦). هنالك ما نسبته ١٤%من حجم العينة لم يجيبوا عـــلى إجمالي الاسئله عن المشروع نظرا لعدم معرفتهم بأماكن التوزيع ولعدم معرفتهم عن كامل أعمال المشروع.

٣,٤ الاتجاه النوعي:

تم الـــتركيز هـــنا على بعد إضافي للقرب من الحاج وأخذ المعلومة مباشرة لتدعيم النـــتائج السابقة. حيث تم الجلوس مع مجموعة من الحجاج والجلوس معهم ومناقشة كافة القضايا التي تدور حول المشروع والتعامل مع الذبح من خلاله وما هي المحاذير. والهدف هـــنا هـــو تدعـــيم النتائج وليس إثباتها. ومع بعض الحجاج أشار البعض إلى أن مذهبهم يستلزم أنه يجب عليهم أن يذبحوا بعد الرمي وهم لا يعلمون متى سوف يذبح البنك عنهم واســـتحالة أن يبقوا في الإحرام حتى اليوم الرابع. ماذا يدريهم متى تزكت ذبيحته ليطمئن قلـــبه وهل ذبحت حقيقة أم لا. علاوة على أنه يريد أن يأكل من ذبيحته فماذا يعمل لو فـــرض أن البـــنك ذبح عنه إنه يأكل من ذبيحتي المخصصة لي أم من ذبيحة غيره. ويري الحاج أنه من السنة أن يأكل ثلث ويهدي ثلث ويتصدق بثلث وهنا لا يمكنه تحقيق السنة. يضـــيف لها بأن بعض الأغنام والأبقار مخالفة للشروط الشرعية كما رآها البعض. حيث يســـتندوا عـــلى أنه ليس هناك اطمئنان بأن القائمين باللجنة الشرعية تتوفر فيهم الكفاءة العـــلمية والخـــبرة العملية. حيث أن الأموال التي يتقاضوها يمكن أن تجعلهم يتغاضوا عن مخالفات شرعية ويمكن أن تلخص في التالي:

١. لقاء الأموال التي يتقاضوها لأنهم يريدون أن ينتهوا من عملهم بسرعة.

٢. ومع كثرة ما يعرض عليهم يجعلهم لا يهتمون بالملاحظات.

٣. سمعنا (والله أعلم) أن الموظفين يبقون واحد والآخرين يذهبون إلى السكن بعد التوقيع باعتبارهم موظفين مميزين ولا يمكن مسائلتهم خاصة وأن المسؤولين خاضعين للرقابة عليهم.

٤. الأطباء البيطريين أغلبهم من الجنسية المصرية وحسب ما سمعنا والله أعلم أنهم يتقاضون أموالاً من أصحاب الحظائر ورأى بعض أخواني أنهم يجيزوا أغنام وأبقار مريضة واضحة للإنسان العادي للذبح فكيف بالله عليكم تريدوننا أن نذبح عن طريق المشروع. هذه شعيرة كلفتنا وقت ومال فكيف نفرط في هذه الأمور وهي مهمة جداً.

٥. الجزارين لا يسمون ولا يكبرون عند الذبح ولا يدعون حسب الشروط الشرعية في الذبح هذا ما سمعناه ومرروا السكين عدة مرات تقريباً ستة مرات أو سبع مرات حتى يجري الذم ليدعوا البهيمة (نعتقد والله أعلم أنهم غير جزارين وأنهم عينوا بواسطة الواسطة حيث أن أغلبهم وللأسف مصريين)ولا نعلم هل هم مسلمون أم لا.

٦. رأى بعض الوكلاء في مجزرة المعيصم بأنه أذن لصلاة الظهر والعصر والجزارين مستمرين في الذبح وتقريباً ٩٠٪ منهم لم يصلوا ما هذا هل هم جزارين مسلمين؟ فهل يسلموا ذبائحهم لهم وهم الذين دفعوا علبها أموالاً وتكبدوا العناء لتأدية الشعيرة.

٧. رأى بعض الجزارين أن الموظفين يعطون اللحم بطريقة بدائية (طريقة التكسير) مما يجعل الاستفادة من اللحم غير أمثل وبطريقة تثير التقزز من اللحم. الأولى أن يحضروا جزارين محترفين يفصلون اللحم حسب المفاصل وهذا أ؛سن ويعطى اللحم فائدة في الطبخ والموظفين في مراكز التوزيع يستخدمون سكاكين صغيرة جداً تستغرق منهم وقت طويل وأمامهم طوابير من طالبي اللحم وللأسف يعطون من بيته في جوار المركز (وهذا يعطينا ريبة في ما يلي :

- أن لحوم الهدي والأضاحي لا توزع لمستحقيها الحقيقيين وهذا واضح مثل الشم في كبد السماء ولو أمتنع موظف التوزيع عن إعطاء من أخذ سابقا ما

حصـــل هذا الزحام المصطنع وأتى الفقير مستخدم اللحم للأكل وهذا هو الغرض.

- سمعـــنا والله أعلم أن سماسرة اللحم الذين يبيعون اللحم لمستخدميها للأكل يدفعـــون مالاً لموظفي التوزيع لإعطائهم أكبر كمية من اللحم بل نشك أن يكون موظفي التوزيع شركاء معه السماسرة في هذه التجارة التي لا تكلفهم شـــيء حيث يجنون أرباح طائلة ويتقاضون رواتب من البنك بالإضافة إلى حجهم مجاناً مع البنك.
- يفضل استخدام سكاكين كبيرة ويحبذا كهربائية للحم ومنشار للعظام.
- مراكـــز التوزيع غير كافية وضيقة جداً وليس هناك رقابة حيث يمكن أخذ الـــلحم في مـــا بين مرحلة خروجه من السيارة المثلجة البراد وغرفة التوزيع الضـــيقة وهـــنا يحصل نوع آخر تجارة اللحوم من قبل مسئولي التوزيع مع السماسرة.
- يـــا حبذا لو يكون هناك مراكز توزيع للحوم منتشرة في منى ومكة المكرمة خاصة في الأحياء الفقيرة مثل المسفلة وغيرها .
- وتكـــون هـــذا المراكز في مناطق ذات كثافة عددية من جنسيات الحجاج ذات متوسط الدخل والمنخفض.

وأن تكون الرقابة كما يلي:

- يتم تسليم السيارة المثلجة مثلاً ٢٠٠ رأس من الغنم بموجبه محضر تسليم نم أصـــل وعدة صور ويقع السائق على استلامه في الأصل ويخطط بصورة من التسليم في المركز التسليم موضحا فيه مركز التوزيع بالوقت والتاريخ.
- يقوم السائق بتوصيل الشحنة إلى مركز التوزيع .
- يقـــوم المســـئول عن مركز التوزيع باستلام الشحنة بالعدد ونوع الذبيحة بحضـــور مسئول الرقابة عن التوزيع ويوقع مسئول الرقابة بأن جميع اللوم في الشحنة أدخلت مركز التوزيع.
- يكون دور مسئول الرقابة هو ضمان عدم خروج أي ذبائح من باب غرفة التوزيع وأن التوزيع قد تم من خلال نوافذ التوزيع للطابور من قبل مسئولي

التوزيع مع فصل بين مرجع مسئولي التوزيع وممثلي الرقابة على المركز الذي يكون دوره تسجيل أي ملاحظات على مخالفات التسليم والتوزيع.

- إن توزيـــع مراكـــز التوزيع في أماكن متعددة في منى سيحقق عدة أهداف للمشـــروع وسيساعد على زيادة كمية اللحم الموزعة داخل منطقة الحرم. وبالـــتالي وصول اللحم إلى مستحقيه المباشرين الذي سوف يستخدمونها في الأكل.
- التقـــليل أو الحد من تجارة سماسرة اللحوم الملتفين حول المجازر وخاصة من الفئات التي لا تراعي الشروط الصحية في اللحوم.
- التقـــليل من حدوث حالات التسمم نتيجة تحلل الحم المعرض للشمس من قـــبل سماسرة اللحوم من فك حالات الزحام التي يسببها المتجمعون حول المجزرة مما يسهل عملية الدخول والخروج من المجزرة.
- يساعد على زيادة المحافظة على البيئة حول المجازر مما يسببه سماسرة اللحوم مـــن أخـــذ اللحم وترك كميات من العظام مكشوفة للتعفن نتيجة التحلل العضوي.
- لوحـــظ ترك الأبقار والجمال تجري بين العمال والحجاج والموظفين مما قد يســـبب حوادث للحجاج والعاملين ومنها ما سببته من حالة كسر نتيجة نطـــح ثـــور لعامل نقل على أثرها بالإسعاف إلى المتشفى إن ترك الجمال والأبقار بدون قائد وتجري في الممرات المخصصة للحجاج فيه خطر عظيم عـــلى صحة الحجاج وهناك من حالات هروب لبعض الجمال من مشتريها من الحجاج خارج منطقة المشروع.
- كثرة ما يلاحظ من قيام بعض الجزارين بالتدخين أثناء عملية الذبح في الجرة وهـــذا مخـــالف للشروط الصحية الواجب اتباعها داخل المجزرة الأفضل أن يصدر تعميم عدم التدخين داخل المجزرة أ, عدم استقدام جزارين مدخنين.
- كـــثرة ما يلاحظ أن السيارات من نوع ونيت الحاملة للمخالفات الحيوانية مـــن كـــرش وأوساخ تعباً في الطرقات ما بين المجزرة ومبنى الإدارة وسكن الموظفين والحظائر مكشوفة وهذه سبب تلويث للبيئة وتكون أثناء تنقلها في

طـــرقات المشروع مكشوفة ما يصدر عنها روائح كريهة وما يتساقط عل الطـــرقات مـــن مياه والمخلفات الحيوانية ودماء مما يسبب في وساخة هذه الطرقات.

- الحظائـــر وخاصة حظائر الجمال والأبقار لا تنظف من المخلفات الحيوانية (روث) ونتـــيجة بقائهـــا عـــدة أيام بدون نظافة مع اختلاط الروث بالماء والبرسيم تصدر روائح كريهة تجعل البقاء للحاج أو المرور بين الحظائر أمراً صعباً.
- نســـتخدم هـــذه الطريقة ن قبل المستأجرين لعملية اختصار عملية تسويق بهائمهم من حيث أن صدور هذه الرائحة لا تعطي الحاج الفرصة للمساومة (لا جـــدال في الحج) أو لمعرفة الأسعار بين الحظائر. لاختيرا البهيمة الجيدة ذات السعر المعقول.
- لوحـــظ عدم تغير الأطباء البيطريين بين الحظائر حيث أن الطبيب نفسه في جميـــع الأيـــام يعمل على حظيرة واحدة وهاذ كون نوع من الصداقة بين صـــاحب الحظيرة والطبيب وكذلك موظفين التوزيع خلال أيام التوزيع لا يغـــير توزيعهم بين مراكز التوزيع وهذا ينشى جو تعاقد بينهم والسماسرة الأفضـــل ألا يعمـــل الطبيب البيطري أكثر من فترة في حظيرة واحدة وألا يعمل موظف التوزيع أكثر من يوم واحد في مركز توزيع معين.
- يلاحـــظ عند عقر الجمال عدم ربطها وهذا شوهد في أكثر من موقع مما قد يسبب هيجانها وهي تعقر وتسبب أخطار على الجزارين.
- يحصل تسرب للحوم خاصة في مجزرة الجمال والبقر في مرحلة ما بين المجزرة وسيارة النقل إلى الثلاجة الرئيسية.
- يلاحـــظ تقطيـــع الـــلحم من سماسرة اللحم في داخل المجزرة والمساحات المخصصة للبنك دون أي رقابة أو مسائلة من موظفين البنك.
- لوحظ من مقابلات أصحاب الحظائر في مجزرة البديلة أنهم يقدمون للحجاج أغنام هزيلة ومريضة دون مسألة من المشرفين على رقابة من أمانة العاصمة.

٣,٥ نتائج المستهلك (الحاج):

سنتناول من خلال الطرح هنا الاستمارات التي وزعت قبل وبعد الحج والهدف هو التعرف على درجة تأثير تركيز البنك محليا في الدعاية والإعلان وأيضا معرفة مدى إلمام الحاج بالمشروع قبل دخوله المملكة العربية السعودية. نظرا لأن هناك اختلاف بين كون الحاج لا يعرف عن المشروع شئ ومع تواجده في السعودية ومعرفته لنتعرف إن كان هناك فرق أو لا يوجد فرق.

٣,٥,١ قبل الحج:

تم عمل الدراسة على عينة مكونة من ١٢٣٠ شخص من لحجاج منهم ١٧١ مقيم أي ما نسبته ١٣% من المقيمين بينما هنالك ١٠٥٣ قادم من خارج المملكة بنسبة تصل إلي ٧٩,٨% وامتنع عن الإجابة على هذا السؤال ٩٦ شخص ممن شملهم الاستبيان حسب الجدول رقم (٧٧).

وقد قام فريق العمل بتوزيع استمارات الاستبيان عليهم وتم جمع المعلومات من خلال الاستبيان كما تم قياس مدى معرفة الحجاج بمشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي والأعمال التي يقوم بها وشرعيته من وجهة نظر الحاج. وكذلك نرى من الاستبيان أن معظم أفراد العينة الذي شملتهم الدراسة هم من الذكور بمعدل ٨٣ % من العينة بينما هنالك ١٠% من العينة من الإناث حسب الجدول رقم: (٧٨).

ولقياس مستوى التعليم للأفراد لقياس الإدراك المعرفة لديهم وتحديد أسلوب الدعاية والإعلان ونشر الوعي. فمن خلال العينة التي شملتها الدراسة نجد اختلاف في مستوى التعليم لدى الأفراد ومن الجدول رقم (٧٩) يتضح أن ٦,١% من عينة الحجاج مستوى تعليمهم بدرجة الدكتوراه أما من هم حاملين لدرجة الماجستير فتصل نسبتهم تصل إلى ١٢% من حجم العينة أما الجامعيين فنسبتهم تصل ٢٨,٦% من الحجاج و٢٠,٨% من الأفراد حاصلين على الثانوية أما من مستواهم أقل من الإعدادي فتصل نسبتهم إلى ٢١,٤% من حجم العينة و لم يجب ما معدله ١١,١% من العينة.

وبالنسبة لوسائل النقل التي استخدمها الحجاج للوصول إلى الأراضي المقدسة يتضـــح لـــنا من الجدول رقم (٨٠) فنرى أن معظم الحجاج قد قدموا إلى الأراضي المقدسة جواً وتصل نسبتهم ٧٣,١% من حجم الحجاج بينما ما نسبته ١٦,٩% قد وصـــلوا براً وأما عن طريق البحر فتصل نسبتهم إلى ٤,٢ % من الحجاج وقد امتنع عن الإجابة ٥,٨ % من حجم العينة.

ونلاحـــظ من الجدول رقم (٨١) أن جهات عمل الحجاج تختلف فنجد أن منسوبي القطاع الحكومي من أفراد العينة تصل نسبتهم إلى ٣٢,٧ % من الحجاج أما القطـــاع الخـــاص فـــنجد أن نسبتهم تصل إلى ٣٠,١% من الأفراد أما ٢٩,٨ % فيعمـــلون لحســـابهم الشخصـــي بينما نجد من الاستبيان أن ٧,٥ % قد امتنعوا عن الإجابة.

ونلاحظ من الجدول رقم (٨٢) نجد أن نسبة كبيرة من أفراد العينة لم يقوموا بـــالحج قبل ذلك وتصل نسبتهم ٦١,٣ % أما عن الذين قاموا بالحج قبل ذلك فمن الممكن تقسيمهم إلى فئات:

- ومن قاموا بالحج لمرة واحدة وتصل نسبته إلى ١٨,٣ %.
- ومن أدوا الحج مرتين وتصل نسبتهم ٨،٨ %.
- ومن أدوا فريضة الحج من ثلاث مرات إلى خمس مرات وتصل نسبتهم إلى ٤,١ %.
- من قاموا بأداء الحج أكثر من خمس مرات فتصل نسبتهم إلى ٣,٤ % من الحجاج.
- وقد امتنع عن الإجابة على هذا السؤال ٤,٢ % من الحجاج.

٣,٥,١,١ أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت:

بالـــنظر والجـــدول رقم (٤٧) ونجد أن أنواع الحج المحرم به ثلاثة أنواع وهي التمتع والأفراد والقران ونجد أن أكثر أنواع الحج المحرم به من قبل الحجاج هو التمتع وذلك بمعدل ٧٢,٢ % من الحجاج بينا نرى الأفراد كنوع من الحج يحرم به يأتي بعد ذلك ونســبته تصـــل إلى ١٢,٧ % من الحجاج ثم يأتي بعد ذلك ٨،٨ % من الحجاج محـــرمين للحج بالإقران ونلاحظ أن هناك نسبة ٤,٣ % من الحجاج لا يعلمون عن أنـــواع الحـــج بينما امتنع عن الإجابة ٢ % من الحجاج. أما بالنسبة لأنواع الذبائح فـــنجد أن منها الهدي والأضاحي أو الفدية أو الصدقة ومن الجدول رقم (٥١) نرى أن ما نسبته ٤٤,٢ % من الحجاج يمارسون في الحج الهدى ويمارس الفدية (يقوم بها) ٧,٥ % مـــن الحجاج أفراد العينة ونرى أيضاً من الجدول أن ما نسبته ٤,٢ % من الحجاج يقومون بالصدقة أما من امتنع عن الإجابة فيعادل ٥,٤ % من حجم العينة المستهدفة في هذا البحث.

نلاحـــظ مـــن الجدول رقم (٨٩) للربط بين أنواع الحج البدائل المتاحة للذبح أن الذين يملكون فكرة عن البدائل المتاحة أمامهم لعملية الذبح قليل وقد وجدنا التالي:

- أولاً المحرمين بالإفراد نجد هناك ٢،٦% حاجاً كانت فكرتهم إيجابية في حين كان ٨% حاجاً ليست لديهم أية معلومة أو فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٢،٤%حاجاً.
- ثانياً: المحرمين بالقران: كان ١،١% حاجاً أجابوا بنعم في حين كانت الإجابة السلبية من ٦،٨%حاجاً وذلك بعدم معرفتهم بالبدائل المتاحة أمامهم للذبح و لم تكن هناك إجابة من ٠،٨% حاجاً.
- ثالثاً: المحرمين بالتمتع: نجد أن نسبة كبيرة منهم لم تكن لديها أية فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وتقد بـــ٥١,١% حاجاً في حين كانت إجابة ١٥,٢ %حاجاً بأنه توجد لديهم فكرة عن بدائل الذبح وأمتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٥,٩%.

♦ رابعا: أما المجموعة التي لا تعلم الحج الذي أحرمت به فكانت نسبة الحاج الذين يعرفون عن البدائل المتاحة للذبح قليلة جداً وبلغت ٠,٨% فردا في حين من قال بأنه ليست لديه أية فكرة ٢,٨%حاجاً و لم يجب منهم على هذا السؤال ٠,٨% حاجاً.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٠) الذي يربط بين أنواع الحج ومكان شراء الذبيحة نجد ما يلي:

♦ المحرمين بالإفراد: أجاب ٢,٢% منهم بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و ٤,٨%حاجاً من المجزرة و ١,٩%حاجاً من مكان آخر دون تحديد وامتنع من هذه الفئة عن الإجابة ٣,٦%حاجاً.

♦ المحرمين بالقران: أفاد ٢،٢%حاجاً بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و الذين يشترون من المجزرة كان عددهم ٣,٨%حاجاً و٠,٨%حاجاً من أماكن أخرى و لم يجب على هذا السؤال ٣,٦%حاجاً.

♦ بالنسبة للتمتع: يرى ١١,١% بأنهم سوف يشترون ذبائحهم من البائعة المتجولين و نسبة كبيرة منهم والبالغة ٣٤,٦% أفادت بأنها سوف تشتري من المجزرة و ١٠,٣% من أماكن أخرى وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ١٦,١% حاجاً.

♦ المجموعة التي لا تعلم نوع الحجم المحرمين به فقد قال ١,١% منهم بأنهم سوف يشترون من الباعة المتجولين و ٣,٦%منهم من المجزرة و ٠,٤% من أماكن أخرى و لم يجب من هذه المجموعة ١,٢% حاجاً.

ونجد في الجدول رقم: (٩١) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأماكن الذبح نجد ما يلي:

♦ المحرمين بالإفراد: أن ٣,٧% حاجاً منهم سوف يذبحون ذبيحتهم في إحدى المجازر الرسمية و قال ١,٣%حاجاً بالقرب من المخيم في حين أفاد ٣,٦%حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً للذبح وقال ١,٢% منهم بأنهم سوف يذبحون في مكانٍ آخر وامتنع ٢,٩%حاجاً عن الإجابة.

- ♦ أما المحرمين بالقران: فأفاد ٢,٦%حاجاً منهم بأنهم سوف يذبحون في المجازر الرسمية وكان ١,٤% حاجاً قد قالا بأنهم سوف يذبحون قرب المخيم وأجاب ١,٨%حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً و ٠,٧%حجاج حاجاً في مكان آخر و٠,٢% حجاج لم يجيبوا على هذا السؤال.
- ♦ أمـــا المحـــرمين بالتطوع: فكانت نسبة كبيرة منهم بلغت ٣٣,٧% حاجاً قد أجـــابت بأنهـــا ســـوف تذبح في المجازر الرسمية و ١٠,٨%حاجاً قرب المخيم ونســـبة كـــبيرة مـــنهم بلغت ٢١,١% قالت بأنها سوف تعمل توكيلاً و٢,٨ %حاجاً قالوا في مكان آخر ولم يجب على ٣,٩% حاجاً على هذا السؤال.
- ♦ أمـــا الفـــئة التي لم تحدد نوع الحج الذي تحرم به: فكانت إجابة ٣,٦% منهم بـــأنهم سوف يذبحون في المجزرة و٠,٤% حجاج قرب المخيم و ١,١% حاجاً سوف يعملون توكيلاً و حاجان في مكان آخر ولم يجب ٠,٩%منهم على هذا السؤال.

٣,٥,١,٢ معرفة البدائل المتاحة للذبح وشرائها:

مـــن الجدول رقم (٤٨) نستنتج أن هناك نسبة تبلغ ١٩,٧% من العينة الذين شملـــتهم الدراســـة لا يعلمون عن البدائل الأخرى المتاحة للذبح بينما ٦٩,٧ % من الحجـــاج لديهم فكرة عن البدائل المتاحة للذبح ولم يجب على هذا السؤال ٩,٦ % ممن شملهم الاستبيان. نرى أن القيام بشراء الذبائح لا يقتصر على مكان محدد بل إلى عـــدة أماكن متفرقة منها المجازر المنتشرة أو الباعة المتجولون أو من مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي وغيرها.

والملاحظ أن معظم الحجاج يقومون بشراء ذبائحهم من المجازر ويتضح ذلك من خلال الجدول رقم(٤٩) حيث تصل نسبتهم إلى ٤٦,٩ % من الحجاج بينما نجد أن الذين يقومون بشراء الذبائح من خلال الباعة المتجولون تصل نسبتهم إلى ١٧ % مـــن الحجاج بينما بلغ ما معدله ١٣,٤ % من الحجاج يشترون من مصادر أخرى وقد امتنع عن الإجابة ٢٢,٧ % من حجم العينة المستهدفة في هذا البحث الميداني.

نـــتطرق بعد ذلك في هذا البحث إلى عملية شراء الذبائح فنجد أن لها مصادر مختلفة ومن الجدول رقم (٥٢) يتضح لنا طرق شراء الذبائح وهي كما يلي:

- هناك ما نسبته ٣٥,٢ % من الحجاج يقومون بشراء الذبائح شخصياً.
- ونسبة ١٨,٤ % من الحجاج يشترون بواسطة رئيس البعثة.
- ويقوم ٦,٧ % بشراء الذبائح بواسطة قريب.
- ويصل من يشترون بواسطة المطوفين ما يقارب ١٢,٣ %.
- ونـــرى أن الذي يتعاملون مع مشروع الإفادة تصل نسبتهم إلى ٩,٥ % من الحجاج.
- ونجد أن معدل ١,٤ % من الحجاج يقومون بالشراء بواسطة حاج آخر و١,٢ % يقومون بالشراء بواسطة أشخاص آخرين غير الحجاج.
- الذين لم يجيبوا على السؤال ٥,٣ % من الحجاج.

٣,٥,١,٣ أماكن ذبح الذبائح وكيفية التخلص من بقايا الذبيحة

نظـــراً للمســـاحة الكبيرة التي ينتشر فيها عامة الحجاج في الأراضي المقدسة وذلك للتخييم وممارسة مناسك الحج مما يؤدي ذلك إلى تعدد واختلاف أماكن ذبح المناسك من هدي وأضاحي بالنظر إلى الجدول رقم (٥٠) وجدنا ما يلي:

وأكبر عدد من الحجاج يقوموا بذبح نسكهم في المجازر الرسمية وتصل نسبتهم إلى ٤٥,٦ % من حجم العينة بينما يصل من يقومون بتوكيل جهات أو أشخاص بالذبح نيابة عنهم ما نسبته ٢٧,٧% من الأفراد أما ما نسبته ١٣,٩% من الحجاج فيقومون بالذبح بالقرب مـــن المخيم ونسبة أخرى تصل إلى ٦,٨% من الحجاج يعتمدون على أماكن للذبح وقد امتنع عن الإجابة ما يعادل ٨% من حجم العينة. وبالنظر إلى الجدول رقم (٥٩) نستنتج كيفيـــة القيـــام بالتخـــلص مـــن بقايا الذبيحة فنجد أن ٥٧,١ % من الحجاج يقومون بالتخلص من نفايات الذبيحة عن طريق الجزار في المسلخ أما ٢٣ % فيقومون بإلقائها في مكان الذبح وقد امتنع عن الإجابة ١٩,٨ % من حجم العينة.

- ونسبة ١٨,٤ % من الحجاج يشترون بواسطة رئيس البعثة.
- ويقوم ٦,٧ % بشراء الذبائح بواسطة قريب.
- ويصل من يشترون بواسطة المطوفين ما يقارب ١٢,٣ %.
- ونـــرى أن الذي يتعاملون مع مشروع الإفادة تصل نسبتهم إلى ٩,٥ % من الحجاج.
- ونجـــد أن معدل ١,٤ % من الحجاج يقومون بالشراء بواسطة حاج آخر و ١,٢ % يقومون بالشراء بواسطة أشخاص آخرين غير الحجاج.
- الذين لم يجيبوا على السؤال ٥,٣ % من الحجاج.

٣,٥,١,٣ أماكن ذبح الذبائح وكيفية التخلص من بقايا الذبيحة

نظـــراً للمســـاحة الكبيرة التي ينتشر فيها عامة الحجاج في الأراضي المقدسة وذلك للتخييم وممارسة مناسك الحج مما يؤدي ذلك إلى تعدد واختلاف أماكن ذبح المناسك من هدي وأضاحي بالنظر إلى الجدول رقم (٥٠) وجدنا ما يلي:

وأكبر عدد من الحجاج يقوموا بذبح نسكهم في المجازر الرسمية وتصل نسبتهم إلى ٤٥,٦ % من حجم العينة بينما يصل من يقومون بتوكيل جهات أو أشخاص بالذبح نيابة عنهم ما نسبته ٢٧,٧% من الأفراد أما ما نسبته ١٣,٩% من الحجاج فيقومون بالذبح بالقرب مـــن المخيم ونسبة أخرى تصل إلى ٦,٨% من الحجاج يعتمدون على أماكن للذبح وقد امتنع عن الإجابة ما يعادل ٨% من حجم العينة. وبالنظر إلى الجدول رقم (٥٩) نستنتج كيفيـــة القيـــام بالتخـــلص مـــن بقايا الذبيحة فنجد أن ٥٧,١ % من الحجاج يقومون بالتخلص من نفايات الذبيحة عن طريق الجزار في المسلخ أما ٢٣ % فيقومون بإلقائها في مكان الذبح وقد امتنع عن الإجابة ١٩,٨ % من حجم العينة.

٣,٥,١,٤ نظرة حول مشروع المملكة للإفادة من الهدى:

ونتـــناول مـــن خلال العرض التالي وجهات نظر الحجاج حول المشروع ومدى تقيمهم للدور الذي يقوم به والفائدة التي يستفيد منها المسلمون منه.

٣,٥,١,٤,١ المعرفة بوجود المشروع:

ركـــز الاستبيان الموجه للحجاج وذلك قبل قيامهم بأداء مناسك الحج على قياس مدى معرفة الحجاج بوجود مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فيتضـــح من الجدول رقم (٥٣) إلى أن نسبة ٥٢,٥ % من الحجاج لديهم فكرة أو معـــلومات عن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بينما تصل نسبة الذين ليست لديهم أية فكرة عن المشروع ما نسبته ٤٣,٦ % من الحجاج وقد امتنع عن الإجابة ٣،٩ % من أفراد العينة وطبقاً لقياس معرفة الحجاج بوجود المشروع نجد أن هـــنالك طـــرق قد علموا من خلالها بوجود المشروع ومنها الجرائد أو بواسطة المطوفـــين أو رؤساء البعثات أو غيرها من وسائل. ونلاحظ ذلك من خلال الجدول رقم (٥٤) فنرى ما يلي:

فهـــنالك ما نسبته ١٤,٨% من الحجاج يعلمون بوجود المشروع وذلك عن طريق الجرائد. أما من علموا بوجود المشروع بواسطة المطوف فتصل نسبتهم إلى ١١,٦% مـــن الحجـــاج. وكذلـــك هنالك ما نسبته ١٠,١% من الحجاج لديهم فكرة عن المشـــروع وذلك عن طريق المطويات. أما بواسطة قريب للحاج سبق له الحج فتصل النســـبة إلى ٨,٩ %. أمـــا من عرف بالمشروع عن طريق حاج آخر ٧,٩ % ومن يعرفون ذلك عن طريق بعث الحج ٧ %. أما من عرف بطرق أخرى فتصل نسبتهم إلى ٠,٩ % مـــن الحجاج. ونلاحظ أن كثيراً من أفراد العينة قد امتنعوا عن الإجابة وتصل نسبتهم إلى ٣٨,٩% من أفراد العينة المستهدفين في هذا البحث. ونستنتج من الســـؤال الســـابق أن وســـائل الإعلان لها الدور الرئيسي في انتشار معرفة الحجاج بالمشروع سواءً عن طريق الصحف في بلادهم أو المطوفين أو رؤساء البعثات.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٢) والذي يربط بين أنواع الحج ومعرفة الحجاج بأن مشروع المملكة يتولى ذبح النسك نيابة عن الحاج. وكانت كالتالي:

- أولاً: بالنسبة للمحرمين بالإفراد: نجد أن ٣,٩%حاجاً يعلمون بوجود المشروع وأنه يتولى ذبح النسك نيابة عن الحجاج في حين قال ٦,٧% حاجاً بعدم معرفتهم ذلك و لم يجب ٢,١%حاجاً على هذا السؤال.
- ثانياً: المحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٣% حاجاً منهم يعلمون بأن المشروع يتولى الذبح نيابة عن الحاج وأفاد ٣,٦%حاجاً قالوا بأنهم لا يعلمون بأن المشروع يقوم بالذبح نيابة عن الحجاج وامتنع عن الإجابة ١,٩% حاجاً.
- ثالثاً: المحرمين بالتمتع نجد أن ٢٧,٤%حاجاً يعلمون بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يتولى ذبح النسك عن الحجاج في حين قال ٣٢,٨% حاجاً وهي نسبة كبيرة جداً بأنهم لا يعلمون ذلك ونسبة كبيرة بلغت ١٢,٠% لم تجب على هذا السؤال.
- رابعا: أما الذين لا يعلمون نوع حجهم: فقد كانت إجابة ٢,٧% حاجاً بمعرفة أن المشروع يتولى الذبح و إجابة ٢,٣ حاجاً بعكس ذلك و لم يجب ١,٢%حاجاً على هذا السؤال.

٣,٥,١,٤,٢ المعرفة بأعمال المشروع وشرعية أعماله :

أولاً: نلاحظ من الجدول رقم (٥٥) أن هنالك نسبة كبيرة من أفراد العينة من الحجاج تصل نسبتهم إلى ٥٥,٥% من الحجاج يدركون بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم باختيار الذبائح طبقاً للمواصفات الشرعية التي حددتها الجهات الشرعية المختصة بينما من يرون عكس ذلك فتصل نسبتهم إلى ١٧,١% من الحجاج. كذلك نجد أن ٢٧,٣% من أفراد العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

ثانيـــاً: بالنسبة لتولي المشروع ذبح النسك نيابة عن الحاج فنلاحظ من الجدول رقم:(٥٦) إلى أن ٤٥,٤% مـــن الحجاج لا يعلمون بجواز توكيل المشروع بالذبح بالنيابة عن الحاج بينما من يعلمون بهذه الفتوة فتصل نسبته إلى ٣٧,٤% من حجم العينة.

ومن الجدول رقم: (٩٣) والذي يربط بين أنواع الحج ومن يقوم بالذبح في حالة عدم معرفة أن مشروع المملكة يتولى الذبح نيابة عن الحجاج وقد كانت الإجابة كالتالي:

- بالنسبة للمحرمين بالإفراد: نجد أن ٢,٧%حاجاً قالوا بأنه سوف يقوم بالذبح شخص متخصص وأجاب ١,٨% بأن شخص آخر سوف يتولى الذبح نيابة عنهم.
- أما للمحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٥% منهم سوف يعطون مهم الذبح لجزار متخصص في حين أن ١,٢% منهم سوف يقوم شخص آخر بالذبح.
- المحرمين بالتمتع: أجاب نسبة كبيرة منهم ٢٣,٣% حاجاً بأن سوف يولون مهمة الذبح لجزار متخصص في حين أن ١٣,٦% حاجاً قالوا بأن شخص آخر سوف يتولى عملية الذبح نيابة عنهم.
- وقال الذين لا يعلمون نوع حجهم بأن جزاراً متخصصاً سوف يقوم بالذبح بنسبة ٣,٣% وقال ٠,٥% حجاج بأن شخص آخر سوف يتولى المهمة.

٣,٥,١,٤,٣ تفضيل التعامل مع المشروع من عدمه وأسباب ذلك:

نلاحظ من الجدول رقم (٦٠) من ناحية تفضيل الحجاج بالتعامل مع المشروع أن ما نســبته ٥١% من أفراد العينة يفضلون التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهـــدي والأضاحي بينما ٢٠,٢% من الحجاج لا يفضلون التعامل مع المشروع و لم يجب على هذا السؤال ٢٨,٩% ممن شملهم الاستبيان. أما عن الأسباب التي أدت إلى تفضـــيل التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فمن الجدول رقم (٦١) يتضح لنا ما يلي:

- هـــناك فـــئة مـــن الحجاج تصل نسبتها إلى ٢٥ % يرون أن من أهم أسباب تفضيلهم التعامل مع المشروع هو سهولة الحصول على قسائم الذبح.

- وترى نسبة ١٠,٥ % من الحجاج أنها مقتنعة بالمزايا التي يحصلون عليها من المشروع.
- وترى نسبة ٩,٤ % من الحجاج بأنها تفضل المشروع بسبب توصية من الأصدقاء والزملاء.
- كذلك إن عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة أدى إلى تفضيل ٨,٦ % من الحجاج في التعامل مع المشروع.
- الحرص على نظافة الأماكن المقدسة دفعت ما نسبته ٤,٣% من الحجاج إلى التعامل مع المشروع
- بينما يرى ٣,٨% من الحجاج أن الفتوى الشرعية التي صدرت للمشروع كانت السبب وراء تفضيل التعامل معه.
- وقد امتنع ٣٨,٤% من الحجاج الذين شملهم الاستبيان الإجابة على السؤال السابق.

أما بالنسبة للأسباب التي أدت إلى عدم تفضيل الذبح من خلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فحسب الجدول رقم (٦٢) فنجد أن أهم سبب في عدم التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي هو عدم علمهم بوجود المشروع وتصل نسبتهم إلى ١٥,٧% من الحجاج بينما من يشتكون من ارتفاع أسعار الذبائح في المشروع تصل نسبتهم إلى ٩,٢% كذلك نجد أن عدم المعرفة بمزايا المشروع من الأسباب التي أدت إلى عدم تفضيل التعامل معه وتصل نسبتهم إلى ٩% من الحجاج . نجد أيضاً أن ما نسبته ٦,٩% من الحجاج يفضلون توزيع ذبائحهم بأنفسهم كذلك عدم الاقتناع بفعالية المشروع حيث نجد أن نسبة ٦,٥% من الحجاج تعتقد بذلك. أما ما نسبته ٦,٨% من الحجاج فيجدون صعوبة للوصول إلى مراكز التوزيع بسبب الازدحام كذلك من الأسباب الأخرى تأثير الأصدقاء ١,١% ونرى أن ما نسبته ٠,٥% من الحجاج غير مقتنعين بتوكيل

المشروع وأخيراً هناك فئة كبيرة تصل نسبتها إلى ٤٤,٣% من أفراد العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

و يبين لنا الجدول رقم: (٩٩) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأسباب التفضيل للذبح من خلال المشروع:

- المحـــرمين بالإفراد: إن من أهم أسباب تفضيل الذبح من خلال المشروع بالنسبة لهم هـــو سهولة الحصول على قسائم الذبح حيث ترى نسبة ٢,٠% حاجاً ذلك ويرى ١,٢% حجاج بأن توصية أصدقائهم كانت السبب المباشر للذبح من خلال المشروع ويـــرى ٠,٨% حاجـــاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع و٠,٣% من الحجاج يرون أن ذبحهم من خلال المشروع هو حرصاً على نظافة الأماكن المقدسة ويرى ٠,٤%حاجاً بـــأنهم يختارون المشروع خوفاً من عدم تمكنهم من التصرف في الذبيحة بشكل كامل و نجـــد أن ٠,١%حاجاً يرون بسبب الفتوى الشرعية و لم يجب ٣,٢%حاجاً على هذا السؤال:
- المحـــرمين بالقران: فيرى ٠,١%حاجاً منهم أن سهولة الحصول على القسائم قادتهم لـــلذبح مـــن خلال المشروع وأخبر ٠,٣%حجاج بأن أصدقائهم وزملائهم أشاروا عـــليهم بالذبح من خلال المشروع في حين يرى ٠,٥%حاجاً بأن اقتناعهم كان هو ســـبب اخـــتيارهم للذبح عن طريق المشروع ونرى أن الحرص على نظافة الأماكن المقدســـة كـــان هو سبب اختيار ٠,٢% حجاج للذبح من خلال المشروع وبسبب الخوف من عدم التمكن من التصرف في كامل الذبحية اختار ٠,٢%حجاج الذبح من خلال المشروع ونرى أن ٠,١%حاجاً اقتنعوا بالمشروع بسبب الفتوى الشرعية وامتنع عن الإجابة ٢,٠%حاجاً.
- المحرمين بالتمتع: أن سهولة الحصول على القسائم كان هو السبب المباشر لاختيارهم لـــلذبح مـــن خلال المشروع ١٧,١%حاجاً في حين يرى ٨,٩% حاجاً بأن سبب اخـــتيارهم هـــو توصية أصدقائهم وزملائهم بالذبح من خلال المشروع وقال ٨,٩ %حاجـــاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع. في حين أن ٣,٥%حاج بأن حرصهم على

نظافـــة الأمـــاكن المقدسة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ٥,١% حاجاً بأن عدم التصرف في كامل الذبيحة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويـــرى ٢,٢%حاجاً بأن الفتوى الشرعية كانت هي السبب في اختيارهم للذبح من خـــلال المشروع في حين لم يجب على هذا السؤال ٣٧,٩% حاجاً وهي نسبة كبيرة جداً.

- الفئة التي لا تعلم نوع إحرامها: ٠,٢%حاج يرون أن سهولة الحصول على القسائم قادتهم للذبح من خلال المشروع و٠,٢% بسبب الأصدقاء و٠,٥% الاقتناع بمزايا المشروع و٠,٣% حرصاً على نظافة المشاعر المقدسة و٠,٢% بسبب عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة و٠,٣% بسبب الفتوى الشرعية و١,٨% لم يجيبوا على هذا السؤال.

يوضح الجدول رقم: (١٠٠) والذي يربط بين أنواع الحج وأسباب عدم تفضيل عدم الذبح من خلال المشروع:

- المحـــرمين بالإفراد: يرى ٢,٣%حاجاً بأن سبب عدم الذبح من خلال المشروع هو عدم علمهم بوجوده في حين يرى ١,١%حاجاً أن السبب كان لعدم معرفتهم بمزايا المشـــروع و٠,٥% حجاج يرون أن الأسعار مرتفعة و٠,٨%حاجاً يؤكدون بعدم اقتـــناعهم بفعاليـــة بالمشروع ويقول ٠,٥% حجاج بأنهم يفضلون توزيع ذبيحتهم بأنفسهم ويرى حاجاً واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع و٠,٤% حجاج تأثروا بسلوك أصدقائهم وزملائهم ويرى ١,١%حاجاً أن صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع هي سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع ولم يجب على هذا السؤال ٦,١% حاجاً.

- المحـــرمين بالقـــران: يرى ٢,٠%حاجاً بأن عدم علمهم بالمشروع هو سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلاله ويرى ٠,٢%حجاج أنهم لا يعرفون مزايا المشروع ويرى ٠,٧%حاجـــاً بـــأن ارتفـــاع الأسعار هو الذي أجبرهم على عدم الذبح من خلال المشـــروع ويـــرى ٠,٧%حجـــاج بأنهم غير مقتنعين بفعالية المشروع ويفضل ٠,٩ %حاجاً الذبح بنفسه ويرى حاج واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع ونجد ٠,٣%حجـــاج مـــتأثرون بســـلوك زملائهم ويرى ١,١%حاجاً أن مراكز التوزيع

يصعب الوصول إليها لذلك لا يفضلون الذبح من خلال المشروع وامتنع عن الإجابة ٣,٨% حاجاً.

- المحـــرمين بالتمتع: يرى ١٠,٠%حاجاً بأن عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع يعود إلى عدم علمهم بوجوده من قبل أو عدم معرفتهم بمزايا المشروع ٧,٢%حاجاً أو بسبب ارتفاع الأسعار كما يرى ٧,٦%حاج أو عدم الاقتناع بفعالية المشروع ٤,٨ % ومنهم من يفضل الذبح بنفسه ٤,٨%حاجاً وهناك ٤حجاج غير مقتنعين بشرعية التوكيل للمشروع و٠,٤% حجاج متأثرون بسلوك زملائهم ٤,٥%حاجاً يرون بأن الوصـــول إلى مراكز التوزيع صعب جداً. وهناك نسبة كبيرة جدا تصل إلى ٣٠,٨% حاج امتنعت عن الإجابة على هذا السؤال.

الفئة التي لا تعلم بمزايا المشروع: ٠,٦% حجاج لا يعلمون المشروع من قبل و٠,٤% حجاج لا يعرفون مزايا المشروع ٠,٢%حجاج يعتقدون بأن الأسعار مرتفعة وحاجان غير مقتنعان بفعالية المشروع. ويفضل ٠,٥حجاج منهم الذبح بنفسه و لم يجب على هذا السؤال ٣,٧%حاجاً.

٣,٥,١,٤,٤ سعر الذبائح في المشروع مقارنة بغيرها:

إن مـــن أهـــم العوامـــل التي تؤثر في التعامل مع المشروع هو أسعار الذبيحة مقارنة بالـــبدائل الأخرى كالمجازر أو الباعة المتجولون وغير ذلك. ومن الجدول رقم (٦٣) يتضح لنا التالي: أن هناك نسبة كبيرة تصل إلى ٢١,٦% من أفراد العينة من الحجاج يـــرون إلى أن أســـعار مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي أعلى من البدائل الأخرى. أما من يرون أن أسعار مشروع المملكة متقارب مع البدائل الأخرى فتصل نسبتهم إلى ١٤,٨% من حجم العينة. أما ما نسبته ٥,١% من الأفراد يرون أن أســـعار المشروع أقل مقارنة بالبدائل الأخرى.بينما هناك ما نسبته ٢٣,١% من حجم العينة ليس لديهم فكرة عن الأسعار. وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٥,٤% من الحجاج الذين شملهم الاستبيان.

٣,٥,١,٤,٥ الإشراف من قبل الحكومة:

نـــرى من خلال الجدول رقم (٦٥) بالنسبة للذين لديهم معرفة بأن حكومة المملكة العربية السعودية تشرف على مشروع الإفادة من الهدي والأضاحي من خلال البنك الإســلامي حيث تصل نسبتهم إلى ٣٩% من الحجاج أما من يعتقد بأن المشروع لا تشرف عليه الحكومية تصل نسبتهم إلى ١٣,٣% وقد امتنع عن الإجابة نسبة كبيرة من الحجاج ٤٧,٧%.

٣,٥,١,٤,٦ إجازة توكيل المشروع من قبل هيئة شرعية:

نلاحــظ مـــن الجــدول رقـــم (٦٧) أن من أجابوا بمعرفتهم بأن هناك هيئة شرعية متخصصة أجازت توكيل الحاج لمشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فتصـــل نسبتهم إلى ٥١,٥% ي حين أن من أجاب بعدم معرفة ذلك فتصل نسبتهم إلى ٢,٩% في حين لم يجب على ذلك ٤٤,٥% من الحجاج الذين شملهم الاستبيان.

٣,٥,١,٤,٧ اختيار الذبائح وتذكيتها طبقاً للمواصفات الشرعية والقيام بنقلها:

نلاحــظ مـــن الجدول رقم (٧٢) أن هناك نسبة ٤٣,٢% من الأفراد يدركون أن الذبـــيحة تذكـــى مـــن مشـــروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي طبقاً للمواصفات الشرعية أما ما نسبته ١٢,٤% من حجم العينة لا يرون إلى أن الذبيحة تذكـــى في مشـــروع المملكة طبقاً للمواصفات الشرعية و لم تجب مجموعة تصل إلى ٤٤,٤% على هذا السؤال.

ونـــرى في الجدول رقم (٧٠) بالنسبة لعملية نقل الذبائح أن من أجابوا بنعم نسبتهم تصـــل إلى ٤٧,٣% من حجم العينة بينما من أجابوا بلا تصل نسبتهم إلى ٧,٩% والـــبقية امتنعوا عن الإجابة وتصل نسبتهم إلى حوالي ٤٤,٨% من مجموعة الحجاج الذين شملهم الاستبيان.

٣,٥,١,٤,٨ عملية شراء الذبائح وتأمين الجزارين من قبل المشروع:

هـــناك مصادر خارجية يتم الاعتماد في توفير الذبائح للحجاج في موسم الحج وذلك لـــتغطية الطـــلب الكـــبير عليها ونلاحظ من الجدول رقم (٦٩) أن نسبة كبيرة من الحجاج ٥١% يرون أن المشروع يقوم بشراء الذبائح مباشرة من مصادرها الخارجية بيـــنما يرى ٣,٦% منهم بأن المشروع لا يقوم بالشراء المباشر وقد امتنع عن الإجابة حوالي ٤٥,١% من أفراد العينة الذين شملهم الاستبيان.

أمـــا عـــن إشراف مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي مباشرة على عمـــلية نقل الذبائح بحيث لا يعتمدون على جهات نقل أخرى. فنجد أن ٤٧,١% مـــن حجم العينة يرون أن المشروع يقوم بالإشراف مباشرة على عملية نقل الذبائح بينما يرى ٧,٩% منهم عكس ذلك كذلك أن ما نسبته ٤٤,٨% لم يجيبوا على هذا السؤال. وذلك حسب الجدول رقم (٧٠)

إن توفير الجزارين المتخصصين لعمليات ذبح النسك شيء مهم وضروري يقوم بتوفير المشروع وذلك لتقديم الخدمات للحجاج.

ويدرك ذلك الشيء معظم الحجاج حيث نلاحظ من الجدول رقم (٧١) أن ما نسبته ٤٧,٣% مـــن الحجاج يدركون بأن المشروع يوفر جزارين متخصصين بينما نجد أن نســـبة ٨% مـــن الحجاج يرون أن المشروع لا يقوم بتوفير جزارين متخصصين في عمـــلية ذبـــح النســـك. وقد امتنع ٤٤,٧% من الحجاج ممن شملهم الاستبيان عن الإجابة.

٣,٥,١,٤,٩ تنظيم الذبائح والتخلص من النفايات من قبل المشروع

إن حكومة المملكة العربية السعودية تكون حريصة دائماً على صحة الحجاج وتوفير الأجـواء الصحية لهم حتى يتمكنوا من أداء مناسك الحج وتهتم كثيراً بالتخلص من القـاذورات والنفايات القائمة من الذبائح ومشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم بذلك على أكمل وجه.

ونـرى أراء من شملهم الاستبيان حول هذا الموضوع ففي الجدول رقم (٧٣) حيث يـرى ٥٣,٦% من الحجاج أن المشروع يحقق لهم تنظيم عملية الذبح والتخلص من الـنفايات في حين يرى ١٣,٩% من الحجاج عكس ذلك تماماً و لم يجب على هذا السؤال نسبة تصل إلى ٤٣,٨% من حجم العينة.

ونلاحـظ م الجـدول رقـم (٧٤) أن ما نسبته ٥٣,٢% من حجم العينة يرون أن مشـروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم بتوزيع الذبائح على فقراء الحرم بشكل ممتاز في حين يرى ٢,٧% من الحجاج عكس ذلك وتقدر النسبة التي لم تجب على هذا السؤال ٤٤,١% من الحجاج.

كذلـك نجد أيضاً أن المشروع يقوم بنقل ما يفيض عن حاجة فقراء الحرم إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء. فهناك ما نسبته ٤٧,٥% من الحجاج يدركون هذا الشيء بينما هناك نسبة ٢,٥% من حجم العينة يرون عكس ذلك هو أن المشروع لا يقـوم بنقل الفائض إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء وأخيراً نلاحظ أن من امتـنعوا عـن الإجابـة مـا نسـبتهم ٤٩,٦% مـن حجـم العيـنة وذلك موضح في الجدول رقم (٧٥).

٣,٥,٢ بعد الحج:

لقـــد تم القيام بعمل هذه الدراسة على ٢٣٢٧ شخص من الحجاج منهم ١٨٢٤ مـــن غير المقيمين ما نسبته ٧٨,٤ % بينما هناك نسبة ٧,١٢% من المقيمين في المملكة بينما لم يجب ما نسبته ٨,٩% من الأفراد المستهدفين بهذا البحث الجدول رقم (٧٧) وقد تم توزيع استمارات الاستبيان عليهم وتم جمع المعلومات.

هذا ونرى أن معظم أفراد العينة من الذكور بمعدل ٨٤,٢% من العينة بينما هناك ٩,٢% من العينة إناث الجدول رقم (٧٨) ونرى أيضاً من خلال عينة الحجاج الذين تمت الدراسة عليهم بأن مستوى التعليم لديهم مختلف وبالنظر إلى الجدول رقم (٧٩) نرى ما يلي:

هـــنالك مـــا نسبته ٧,٩% من العينة مستوى تعليمهم إلى الدكتوراه و١٤% منهم من حامـــلي الماجســـتير بيـــنما ٢٤,٨% في المســـتوى الجـــامعي أمـــا أقـــل مـــن ذلك فتصل نسبتهم إلى ٥٤% من حجم العينة.

أما بالنسبة لوسائل النقل للقدوم إلى الأراضي المقدسة فنجد تقسيمها إلى ثلاث أنواع جواً وبـــراً وبحـــراً ومـــن الجدول رقم (٨٠) نجد أن معظم الأفراد الذين شملهم الاستبيان قد اســـتخدموا وســـائل النقل الجوي وذلك بمعدل ٨٥,١% من حجم العينة بينما ما نسبته ٨,٦% من حجم العينة استخدموا وسائل النقل البري وأخيراً نجد أن القلة قد استخدموا وسائل النقل البحري بنسبة تصل إلى ٠,٩% ولم يحدد ٥,٤% من العينة وسيلة القدوم.

بالنسبة لجهة العمل لكل شخص قام بالإجابة على الاستبيان نستنتجها من الجدول رقم:(٨١) وهـــي كما يلي في القطاع الحكومي بنسبة تصل إلى ٣٢,٤% وفي القطاع الخاص ٣٢,٨% لصالح الشخص في القطاع الخاص ٢٦,٦% ولم يحدد ٨,٢% الجهة التي يعمل بها.

كذلك نتطرق إلى سؤال مهم جداً بحيث من الممكن لنا عند المعرفة السابقة للحجاج عن الخدمات وظروف الحج من عدمها وبالنظر إلى الجدول رقم (٨٢) نلاحظ من الجدول أن الذيـــن لم يقوموا بالحج سابقاً فيصل عددهم إلى معدل كبير وهو ٥٥% من حجم العينة بينما ٢٥,١% من حجم العينة حجوا لمرة واحدة فقط قبل ذلك. أما الذين حجوا لمرتين فتصـــل نسبتهم إلى ٨,٦% من حجم العينة أما من حج منهم من ثلاث إلى خمس مرات

فـــتقل نســـبتهم ويصـــلون إلى معدل ٤,٨% من حجم العينة أما أكثر من خمس مرات فنجدهم ٣,٢% بينما أمتنع عن الإجابة على هذا السؤال ٣،٣% ممن شملتهم العينة.

٣,٥,٢,١ أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت:

كما نعلم أن هناك ثلاثة أنواع للحج المحرم به وهي الإفراد والقران والتمتع (فالأفراد هو القيام بالإحرام بالحج فقط أما القران فهو القيام بالإحرام للحج والعمرة جميعاً أما التمتع فهو أن يحرم العمرة

نجد أن أكثر أنواع الحج شيوعاً في أوساط الحجاج هو التمتع وذلك بنسبة ٨٣,٦% من العينة بينما ٨,٥% من الحجاج منفردين ٣،٣%منهم لا يعرفون أنواع الحج والمسميات جدول رقم: (٤٧).

أما بالنسبة لأنواع الذبائح فنجد أن منها الهدي أو الأضاحي أو الفدية أو الصدقة ومن الجدول رقم (٥١) نلاحظ أن ما نسبته ٦١,٢% من العينة من الحجاج يذبحون الهدي بينما ما نسبته ٢٦,٣% من العينة يذبحون الأضحية بينما ذبائح الفدية والصدقة تكون نسبتها ٦,٢% بينما نلاحظ أن ما نسبته ٧,٣% من العينة لم يقوموا بالإجابة.

نلاحـــظ مـــن الجدول رقم (٩٤) للربط بين أنواع الحج البدائل المتاحة للذبح أن الذين يملكون فكرة عن البدائل المتاحة أمامهم لعملية الذبح قليل وقد وجدنا التالي:

- أولاً المحرمين بالإفراد نجد هناك ٣,٤% كانت فكرتهم إيجابية في حين كان ٤,٥% حاجاً ليست لديهم أية معلومة أو فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٠,٦%حاجاً.
- ثانياً: المحرمين بالقران: كان ١,٥% حاجاً أجابوا بنعم في حين كانت الإجابة السلبية من ٥٨حاجاً وذلك بعدم معرفتهم بالبدائل المتاحة أمامهم للذبح و لم تكن هناك إجابة من ٠,٣%حاجاً.
- ثالثاً: المحرمين بالتمتع: نجد أن نسبة كبيرة منهم لم تكن لديها أية فكرة عن البدائل المـــتاحة لـــلذبح وتقد بـــ٥٥,٠% حاجاً في حين كانت إجابة ٢٢,٢%حاجاً بأنه توجد لديهم فكرة عن بدائل الذبح وأمتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٦,١%.

♦ رابعـــا: أما المجموعة التي لا تعلم الحج الذي أحرمت به فكانت نسبة الحاج الذين يعرفون عن البدائل المتاحة للذبح قليلة جداً وبلغت ١,٠% أفراد في حين من قال بأنه ليست لديه أية فكرة ٢,١%حاجاً و لم يجب منهم على هذا السؤال ٠,٩% حجاجاً.

٣,٥,٢,٢ معرفة البدائل المتاحة للذبح

نجد أن هناك نسبة كبيرة من العينة من الحجاج الذين شملتهم الدراسة لا يعرفون أو ليست لديهم فكرة عن البدائل المتاحة للذبح فمن الجدول رقم (٤٨) نجد أن ما نسبته ٦٤,١% من العينة لا يعرفون عن بدائل الذبح شيئاً بينما ما نسبته ٢٨,١% من العينة من الحجاج لديهم فكرة أو معلومات عن البدائل المتاحة للذبح في حين أن ما نسبته ٧,٩% لم يجيبوا.

٣,٥,٢,٣ عملية شراء الذبائح وأماكن ذبحها:

يقـــوم الحجـــاج بشراء الذبائح من أماكن متعددة كالباعة المتجولين أو من المجزرة أو من خـــلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي (البنك الإسلامي للتنمية) أو يتم الشراء من خلال جهات مختصة أخرى لبيع الذبائح.

ويتضـــح من الجدول رقم (٤٩) إلى أن أكثر أو معظم الحجاج يقومون بشراء الذبائح من خلال المجزرة حيث نرى أن النسبة تصل إلى ٥٥,٣% من عينة الحجاج بينما هناك نسبة ١٠,٨% مـــن الحجـــاج يقومون بالشراء من الباعة المتجولين أما ما نسبته ١٥,٩% من الحجـــاج يقومـــون بشـــراء الذبائح من مصادر أخرى (الكوبونات ـ المشروع ـ بنك الراجحي) وقد امتنع عن الإجابة ٧,٩% من العينة عن الإجابة.

وعـــن عملية شراء الذبائح فنجد أن لها مصادر مختلفة ممكن أن نذكرها وهي إما أن يقوم الحجـــاج بالشراء شخصياً أو بواسطة قريب أو بواسطة المطوف أو رئيس البعثة إذا كان الحـــاج مـــن ضـــمن بعـــثة الحج أو من خلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي أو بواسطة حاج أو شخص آخر.

ونـــرى من الجدول رقم (٥٢) والذي يوضح النسبة المئوية للعينة التي تمت عليها الدراسة حيث نجد ما يلي:

ما نسبته ٢٨,٧% من حجم العينة من الحجاج يقومون بشراء الذبائح شخصياً بينما هناك نســبة ١٦,٨% مــن الحجــاج يفوضون قريباً لهم بالشراء أو بواسطة مشروع الهدي والأضاحي. ونجد أيضاً أن ما نسبته ١٢,٥% من حجم العينة من الحجاج يفوضون رئيس البعثة الحجية والتي يكونون من ضمنها وذلك بشراء الذبيحة أو الأضحية.

أم ما نسبته ٧,٤% من الحجاج فيقومون بشراء الذبائح من خلال المطوف. كذلك ٥,١ % م العينة من الحجاج يفوضون حاج آخر للشراء كذلك ما نسبته ٤,٥% من الحجاج يفوضــون أشخاصــاً آخرين. بينما نلاحظ من الجدول أن ١١,٨% من حجم العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٥) الذي يربط بين أنواع الحج ومكان شراء الذبيحة نجد ما يلي:

- المحرمين بالإفراد: أجاب ٠,٩% منهم بأهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و ٢,١%حاجاً من المجزرة و ١,٢%حاجاً من مكان آخر دون تحديد وامتنع من هذه الفئة عن الإجابة ٤,٣% حاجاً.
- المحــرمين بالقــران: أفاد ٠,٥%حاجاً بأهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و الذيــن يشترون من المجزرة كان عددهم ٢,٧%حاجاً و٠,٣% حاجاً من أماكن أخرى و لم يجب على هذا السؤال ٠,٧%حاجاً.
- بالنسبة للتمتع: يرى ٨,٨% بأهم سوف يشترون ذبائحهم من البائعة المتجولين و نسبة كبيرة منهم والبالغة ٤٨,٨% أفادت بأها سوف تشتري من المجزرة و ١٤% من أماكن أخرى وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ١١,٩% حاجاً.
- المجموعة التي لا تعلم نوع الحجم المحرمين به فقد قال ٠,٦%منهم بأهم سوف يشترون من الباعة المتجولين و ٢,٠%منهم من المجزرة و ٠,٣% من أماكن أخرى و لم يجب من هذه المجموعة ١,١% حاجاً.

٣,٥,٢,٤ أماكن الذبح ومدى الاستفادة منها:

إن للانتشــار الكبير للحجاج في بقعه كبيرة من الأراضي المقدسة وذلك للتخييم وممارسة مناســك الحــج يؤدي إلى تعدد واختلاف أماكن الذبح مثل ذلك (المخيم — أو مشروع

المملكة للهدي والأضاحي أو المجزرة البديلة أو الشارع) وبسؤالنا للعينة المختارة وجدنا ما يـــلي وذلـــك من خلال الجدول رقم (٨٣) حيث نلاحظ أن أكبر نسبة من حجم العينة وهـــي ٣٤,٣% قـــد حددت مكان ذبح الذبائح في المجزرة البديلة ويمكن أن يعود سبب ذلك في الانتشار في عدد المجازر البديلة وفي مناطق مختلفة بينما نجد أن ما نسبته ٢٢,٩% مـــن حجم العينة من الحجاج قد قاموا بالاعتماد على مشروع المملكة للهدي والأضاحي في عمـــلية ذبـــح الأضاحي والهدي أما ٢٠,٨% من الحجاج فقد قاموا بعملية الذبح في الشارع أما بالنسبة للمقيم فنجد أن نسبته تصل إلى ٤% فقط من حجم العينة كذلك ما نســـبته ١,٧% مـــن حجم العينة اعتمدوا على أماكن أخرى لعملية ذبح الذبائح وأخيراً نلاحظ أن ما نسبته ١٦,٤% من حجم العينة من الحجاج قد امتنعوا عن الإجابة.

كذلك نتطرق موضوع مدى استفادة الحاج الشخصية من الذبيحة التي قام بذبحها في الحج كذلك مصير الجزء غير المستفاد منه. وبالنظر إلى الجدول رقم (٨٤) وذلك بالسؤال عن مدى الاستفادة الشخصية من الذبيحة وجدنا أن ما نسبته تقريباً ٤١,١% من حجم العينة قد استفادوا من الذبيحة ولكن باختلاف (حيث أن ١٢,١% منهم قد استفاد منها كلياً بينما ١,٨% منهم استفاد من جزء منها) هذا بالنسبة للذين أفادوا باستفادتهم من الذبيحة أما الذي كانت إجابته سلبية وهي عدم الاستفادة من الذبيحة فتصل النسبة إلى ٤٢,٤% مـــن حجم العينة ويمكن أن يعود ذلك إلى القيام بتوزيع الذبيحة كلها أو التصدق بها أو تفويض آخرين بالتصرف فيها أو غير ذلك. كذلك نجد أن هناك ما نسبته ١٦,٥% من حجم العينة قد امتنعوا عن الإجابة .

أمـــا بالنســـبة لمصير الجزء الغير مستفاد منه فنجد أن نسبة كبيرة تصل إلى ٣٤,٩% من حجـــم العينة من الحجاج قد قاموا بترك الذبائح في مكان ذبحها. أما نسبته ١٩,٦% من العينة فقد قاموا بأخذ الجزء المستفاد منه قاموا بالتصدق به أما ٤% من عينة الحجاج فلم يحددوا مصير الجزء الغير مستفاد منه. كذلك نسبة ٤١,٤% من حجم العينة من الحجاج فامتنعوا عن الإجابة وهذا يتضح من الجدول رقم (٨٥).

ونجـــد في الجدول رقم: (٩٦) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأماكن الذبح نجد ما يلي:

- المحرمين بالإفراد: أن ١,١% حاجاً منهم سوف يذبحون ذبيحتهم في إحدى المجازر الرسمية و قال ٢,٤%حاجاً بالقرب من المخيم في حين أفاد ٠,٥%حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً للذبح وقال ١,٤% منهم بأنهم سوف يذبحون في مكانٌ آخر وامتنع ٣,٠%حاجاً عن الإجابة.
- أما المحرمين بالقران: فأفاد ٢,٠%حاجاً منهم بأنهم سوف يذبحون في بالمجازر الرسمية وكان ١,٨% حاجاً قد قالوا بأنهم سوف يذبحون قرب المخيم وأجاب ٠,١ %حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً و ٠,١%حجاج حاجاً في مكان آخر و٠,١% حجاج لم يجيبوا على هذا السؤال.
- أما المحرمين بالتطوع: فكانت نسبة كبيرة منهم بلغت ٥٦,٤% حاجاً قد أجابت بأنها سوف تذبح في المجازر الرسمية و ٢١,١%حاجاً قرب المخيم ونسبة بلغت ١,٨ %قالت بأنها سوف تعمل توكيلاً و٠,٦% حاجاً قالوا في مكان آخر و لم يجب على ٣,٥% حاجاً على هذا السؤال.
- أما الفئة التي لم تحدد نوع الحج الذي تحرم به: فكانت إجابة ٠,٦% منهم بأنهم سوف يذبحون في المجزرة و٠,٨% حجاج قرب المخيم و ٠,١ حاجاً سوف يعملون توكيلاً و ٠,٣ في مكان آخر و لم يجب ٣منهم على هذا السؤال.

٣,٥,٢,٥ سعر الذبائح وتكلفة عملية الذبح

إن لـــتعدد مصادر وأماكن شراء الذبائح ولزيادة المنافسة في البيع لكل جهة من الجهات المختصـــة وذلـــك بهـــدف الربح كالمجازر أو الأشخاص أو بهدف خدمة الحجاج أولاً كمشروع المملكة للهدي والأضاحي كل ذلك يؤدي إلى التفاوت في الأسعار كذلك إلى التفاوت في تكلفة عملية الذبح.

أولاً: نلاحظ من الجدول رقم (٨٦) التفاوت الكبير في الأسعار فنجد أن ما نسبته ١٠,٨ % من حجم الع

ينة من الحجاج تتراوح أسعار ذبائحهم ما بين ٣٠ ريال إلى ٢٤٠ريال كذلك ٢٨,٨% من الحجاج تتراوح أسعار ذبائحهم ما بين ٢٤٠ إلى ٣٠٠ ريال أما الذين تتراوح أسعار ذبـــائحهم مـــا بين ٣٠٠ إلى ٣٤٠ ريال فنسبتهم تصل إلى ١٩,٢% كذلك نلاحظ أن نســـبة ٢٧,٦% من حجم العينة تكون أسعار ذبائحهم من ٣٤٠ إلى ٣٦٠ ريال ونسبة ٤,١% مـــن الحجاج تتراوح الأسعار التي قاموا بالشراء بها ما بين ٣٦٠ إلى ٤٦٠ ريال بيـــنما نلاحـــظ أن نسبة ٣% من الحجاج تتراوح أسعار ذبائحهم أكثر من ٥٤٠ريال وأخيراً نجد أن نسبة ١٣,٦% من حجم العينة من الحجاج قد امتنعوا عن الإجابة.

ثانيـــاً: بالنسبة لتكلفة الذبائح التي قام الحجاج بدفعها لعملية الذبح فنلاحظ من الجدول رقم (٨٧) أن نسبة كبيرة لم تقوم بدفع شيء وذلك لقيامهم بعملية الذبح بأنفسهم دون الاعـــتماد على جهات أخرى وتصل نسبتهم إلى ٤٤,٤% من حجم العينة تحت الدراسة من الحجاج بينما نجد أن ٥٥,٦% من الحجاج قد قاموا بالاعتماد على جهات أخرى في عملية الذبح فنجد منهم ما يلي (ما نسبته ٤٦,٦% منهم قد قاموا بدفع أقل من ٣٠ ريال للذبـــيحة بينما ما نسبته ٩% منهم فتتفاوت أسعار الدفع ما بين ٣٠ ريال إلى أكثر من ٢٣٠ ريال.

٣,٥,٢,٦ مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي:

ونتناول المشروع من مختلف الأبعاد للتعرف هل هناك معرفة بالمشروع بعد تواجدهم في السعودية من عدمه.

٣,٥,٢,٦,١ المعرفة بوجود المشروع:

مـــن خـــلال الاستبيان الموجه إلى الحجاج وذلك بعد قيامهم بأداء مناسك الحج بالقليلة لا تعـــرف شـــيئا عن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي وتقدر نسبتهم بـــ ٣٩,١% من حجم العينة المستهدفة من الحجاج. بينما نجد أن هناك مجموعة من بين أفراد العينة لديهم وعي بوجود المشروع وتقدر هذه النسبة بـــ ٥٣,٨% من حجم العينة بيـــنما نلاحظ أن ٧,١% من حجم العينة قد امتنعوا عن الإجابة ونرى ذلك من خلال الجدول رقم (٥٣).

ونجـــد أن معرفة الأفراد بوجود مشروع الإفادة يكون من عدة طرق كالجرائد والمطويات أو بواسطة المطوفين ورؤساء البعث الحجية أو أقرباء أو حجاج آخرون.

ونلاحظ من الجدول رقم (٥٤) أن ما نسبته ١٦,٥% من الحجاج علموا بوجود المشروع مـــن خلال أو بواسطة أقرباء هلم سبق لهم الحج من قبل ذلك بينما ما نسبته ١٢% قد عـــلموا بوجـــود المشروع وذلك بواسطة بعثات الحج الرسمية وهذا يدل على أهمية هذه النقطة لقيامها بالتوعية الجماعية والاتصال المباشر مع الحجاج وذلك بلغاتهم كذلك نجد أن معـــرفة الحجاج لهذا المشروع من خلال المطوف مهم ونجد أن نسبتهم تصل إلى ٩,٥% مـــن حجم العينة بينما ٨,١% من الحجاج قد علموا بالمشروع وذلك من خلال الجرائد والمطويـــات والتي تصل نسبتها إلى ٦,٤% من حجم العينة أما من خلال حجاج آخرين فنجد أن نسبة إيصال المعلومات تصل إلى ٧,٩% من الحجاج ونلاحظ عدم إجابة نسبة كـــبيرة مـــن العينة على هذا السؤال وتصل النسبة إلى ٣٨,٥% من حجم العينة (كل ما ســـبق نســـتنتج منه أن التوعية والإعلان لهما الدور الرئيسي في توعية الحجاج بالمشروع وأعماله.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٢) والذي يربط بين أنواع الحج ومعرفة الحجاج بأن مشروع المملكة يتولى ذبح النسك نيابة عن الحاج.

- أولاً بالنسبة للمحرمين بالإفراد: نجد أن ٣,٩% حاجاً يعلمون بوجود المشروع وأنه يتولى ذبح النسك نيابة عن الحجاج في حين قال٦,٧% حاجاً بعدم معرفتهم ذلك و لم يجب ٢,١%حاجاً على هذا السؤال.
- ثانياً المحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٣% حاجاً منهم يعلمون بأن المشروع يتولى الذبح نيابة عن الحاج وأفاد ٣,٦%حاجاً قالوا بأنهم لا يعلمون بأن المشروع يقوم بالذبح نيابة عن الحجاج وامتنع عن الإجابة ١,٩% حاجاً.
- ثالثاً: المحرمين بالتمتع نجد أن ٢٧,٣%حاجاً يعلمون بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يتولى ذبح النسك عن الحجاج في حين قال ٣٢,٨% حاجاً وهي نسبة كبيرة جداً بأنهم لا يعلمون ذلك ونسبة كبيرة أيضاً لم تجب على هذا السؤال.
- أما الذين لا يعلمون نوع حجهم: فقد كانت إجابة ٢,٧% حاجاً بمعرفة أن المشروع يتولى الذبح و إجابة ٢,٣% حاجاً بعكس ذلك و لم يجب ١,٢%حاجاً على هذا السؤال.

٣,٥,٢,٦,٢ المعرفة بأعمال المشروع:

هـــنالك إدراك ووعي كبير من قبل أفراد العينة وذلك بالعلم بأن مشروع المملكة للإفادة مـــن لحوم الهدي والأضاحي يقوم باختيار الذبائح طبقاً للمواصفات الشرعية التي حددها الجهـــات الشـــرعية المختصة فنجد أن نسبتهم تصل إلى ٥٨,١% من حجم العينة بينما اللذين لا يدركون بأن المشروع يقوم بالاختيار طبقاً للمواصفات الشرعية بلغت نسبتهم ١٥,١% من الحجاج المستهدفين في البحث.

ونلاحظ عدم إجابة ٢٦,٨% من حجم العينة على هذا السؤال وذلك من خلال الجدول رقم (٥٥).

أمـــا بالنسبة لشرعية توكيل المشروع بالنيابة عن الحجاج بتولي ذبح النسك نرى أن نسبة ٥٩,٧% يوافقـــون على هذا الرأي بينما ما نسبته ١٢,٦% يرون عكس ذلك وقد امتنع ما نسبته ٢٧,٥% من حجم العينة عن الإجابة كما نلاحظ بالجدول رقم (٥٦).

نـــرى من الجدول رقم: (٩٣) والذي يربط بين أنواع الحج ومن يقوم بالذبح في حالة عـــدم معرفة أن مشروع المملكة يتولى الذبح نيابة عن الحجاج وقد كانت الإجابة كالتالي:

- بالنســـبة لـــلمحرمين بالإفراد: نجد أن ٢,٧%حاجاً قالوا بأنه سوف يقوم بالذبح شخص متخصص وأجاب ١,٨% بأن شخص آخر سوف يتولى الذبح نيابة عنهم.
- أمـــا لـــلمحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٥% منهم سوف يعطون مهم الذبح لجزار متخصص في حين أن ١,٢%منهم سوف يقوم شخص آخر بالذبح.
- المحرمين بالتمتع: أجاب نسبة كبيرة منهم ٢٣,٣٥ حاجاً بأن سوف يولون مهمة الذبح لجزار متخصص في حين أن ١٣,٦%حاجاً قالوا بأن شخص آخر سوف يتولى عملية الذبح نيابة عنهم.
- وقال الذين لا يعلمون نوع حجهم بأن جزاراً متخصصاً سوف يقوم بالذبح بنسبة ٣,٣%وقال ٠,٣%حاجاً بأن شخص آخر سوف يتولى المهمة.

٣,٥,٢,٦,٣ تفضيل التعامل مع المشروع من عدمه والأسباب

بالنظر إلى الجدول رقم (٦٠) نجد أن ٥٤,٣% من حجم العينة من الحجاج يفضلون التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بينما ما نسبته ٢٧,٣% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع أما ما نسبته ١٩,١% من العينة لم يجيبوا على هذا السؤال.

وعند الأسباب التي أدت إلى تفضيل التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فنجد من الجدول رقم (٦١) أن سهولة الحصول على قسائم الذبائح تحتل المرتبة الأولى في تفضيل المشروع وذلك بنسبة تصل إلى ٢١,١% من حجم العينة بينما نجد أن ١٠,٤% من الحجاج يفضلون المشروع وذلك بسبب توصية الأصدقاء والزملاء.

كذلك نسبة ١٠,٧% من حجم العينة يفضلون المشروع بسبب الاقتناع بمزايا المشروع بينما نجد أن السبب في عدم التمكن من التصرف بكامل الذبيحة تصل النسبة إلى ٥,٨% من حجم العينة بينما ما نسبته ٤,٣% من حجم العينة من الحجاج يفضلون التعامل المشروع بسبب الحرص على نظافة الأماكن المقدسة. أما بالنسبة للتفضيل التعامل مع المشروع بسبب الفتوى الشرعية للمشروع تصل نسبتهم إلى ٢,٧% من حجم العينة وأخيراً نجد أن ٤٥% من الحجاج لم يقوموا بالإجابة على هذا السؤال.

أما الأسباب التي أدت إلى عدم التفضيل الذبح من خلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فنجد أن هناك أسباب مختلفة ومن أهمها:

عدم العلم بوجود المشروع وتصل نسبتهم إلى ١٨,٥% من حجم العينة كذلك عدم معرفة الحجاج بمزايا المشروع أدت إلى عدم التعامل مع المشروع ونجد أن نسبتهم تصل إلى ١١,١% من حجم العينة أما ما نسبته ١٠,٤% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع لارتفاع السعر.

واجد أن هنالك من يفضلون توزيع ذبائحهم بأنفسهم وليس من خلال المشروع ونجد أن نسبتهم تصل إلى ٧,١% من الحجاج المستهدفين في الاستبيان، وهنالك نسبة ٢,٤% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع وذلك لعدم الاقتناع بشرعية توكيل المشروع وأيضا هنالك نسبه ٢,١% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع وذلك بسبب صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع وذلك بسبب الزحام. كذلك نفس النسبة ٢,١% من

الحجـــاج لا يفضلون المشروع لعدم الاقتناع بفعالية المشروع بسبب ما يرونه من مناظر مقززة بينما نجد أن من يتأثرون بسلوك الزملاء تصل نسبتهم إلى ١,٩% فقط من حجم العيـــنة. وقـــد امتـــنع عن الإجابة ٤٤,٢% من حجم العينة وذلك كما هو موضح في بالجدول رقم (٦٢).

يـــبين لـــنا الجدول رقم: (١٠١) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأسباب تفضيل للذبح من خلال المشروع:

- المحـــرمين بالإفراد: إن من أهم أسباب تفضيل الذبح من خلال المشروع بالنسبة لهم هو سهولة الحصول على قسائم الذبح حيث ترى نسبة٢,٤% حاجاً ذلك ويرى ٠,٤ %حجـــاج بـــأن توصية أصدقائهم كانت السبب المباشر للذبح من خلال المشروع ويـــرى ١,٢%حاجـــاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع و٠,٤% من الحجاج يرون أن ذبحهم من خلال المشروع هو حرصاً على نظافة الأماكن المقدسة ويرى ٠,٥%حاجاً بأنهم يختارون المشروع خوفاً من عدم تمكنهم من التصرف في الذبيحة بشكل كامل و نجد أن ٠,٥%حاجاً يرون بسبب الفتوى الشرعية و لم يجب ١,٩%حاجاً على هذا السؤال:
- المحـــرمين بالقران: فيرى ١,٢%حاجاً منهم أن سهولة الحصول على القسائم قادتهم للذبح من خلال المشروع وأخبر٠,٣%حجاج بأن أصدقائهم وزملائهم أشاروا عليهم بـــالذبح من خلال المشروع في حين يرى ٠,٦%حاجاً بأن اقتناعهم كان هو سبب اخـــتيارهم لـــلذبح عن طريق المشروع ونرى أن الحرص على نظافة الأماكن المقدسة كان هو سبب اختيار ٠,٣% حجاج للذبح من خلال المشروع وبسبب الخوف من عـــدم الـــتمكن من التصرف في كامل الذبحية اختار ٠,٤%حجاج الذبح من خلال المشروع ونرى أن ٠,١%حاجاً اقتنعوا بالمشروع بسبب الفتوى الشرعية وامتنع عن الإجابة ٢,٢%حاجاً.
- المحرمين بالتمتع: أن سهولة الحصول على القسائم كان هو السبب المباشر لاختيارهم لـــلذبح مـــن خـــلال المشروع ٤,٩%حاجاً في حين يرى ٤,٥%حاجاً بأن سبب اخـــتيارهم هـــو توصية أصدقائهم وزملائهم بالذبح من خلال المشروع وقال ٤,٤ %حاجـــاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع. في حين أن ٣,٠% حاج بأن حرصهم على

نظافة الأماكن المقدسة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ٣,٩%حاجاً بأن عدم التصرف في كامل الذبيحة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ١,٥%حاجـــاً بأن الفتوى الشرعية كانت هي السبب في اختيارهم للذبح من خلال المشروع.

- الفئة التي لا تعلم نوع إحرامها: ٠,٥%حاج يرون أن سهولة الحصول على القسائم قادهم للذبح من خلال المشروع و٠,١% بسبب الأصدقاء والاقتناع بمزايا المشروع وعـــدم بسبب عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة و٠,١% بسبب الفتوى الشرعية و٢,٨% لم يجيبوا على هذا السؤال.

يوضح الجدول رقم: (١٠٢) والذي يربط بين أنواع الحج وأسباب عدم تفضيل عدم الذبح من خلال المشروع:

- المحـــرمين بالإفراد: يرى ١,٨%حاجاً بأن سبب عدم الذبح من خلال المشروع هو عدم علمهم بوجوده في حين يرى ٠,٤%حاجاً أن السبب كان لعدم معرفتهم بمزايا المشـــروع و٠,٣% حجاج يرون أن الأسعار مرتفعة و٠,٣% حاجاً يؤكدون بعدم اقتـــناعهم بفعاليـــة بالمشروع ويقول ٠,٤% حجاج بأنهم يفضلون توزيع ذبيحتهم بأنفســـهم ويرى ٠,١%حاجاً واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع و٠,١ %حجاج تأثروا بسلوك أصدقائهم وزملائهم ويرى ٠,١%حاجاً أن صعوبة الوصول إلى مراكـــز التوزيع هي سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع و لم يجب على هذا السؤال ٤,٨% حاجاً.

- المحـــرمين بالقـــران: يرى ١,١%حاجاً بأن عدم علمهم بالمشروع هو سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلاله ويرى ٠,٦%حجاج أنهم لا يعرفون مزايا المشروع ويرى ٠,٣%حاجـــاً بـــأن ارتفـــاع الأسعار هو الذي أجبرهم على عدم الذبح من خلال المشـــروع ويـــرى ٠,١%حجـــاج بأنهم غير مقتنعين بفعالية المشروع ويفضل ٠,١ %حاجاً الذبح بنفسه ويرى حاج واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع ونجد ٠,١%حجـــاج مـــتأثرون بســـلوك زملائهم ويرى ٠,١%حاجاً أن مراكز التوزيع يصعب الوصول إليها لذلك لا يفضلون الذبح من خلال المشروع وامتنع عن الإجابة ١,٧% حاجاً.

◆ المحـــرمين بالتمتع: يرى ١٥,١%حاجاً بأن عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع يعـــود إلى عدم علمهم بوجوده من قبل أو عدم معرفتهم بمزايا المشروع ٩,٤%حاجاً أو بســـبب ارتفاع الأسعار كما يرى ٩,٤%حاج أو عدم الاقتناع بفعالية المشروع ١,٥% ومـــنهم مـــن يفضل الذبح بنفسه ٦,٤%حاجاً وهناك ٢,٣%حجاج غير مقتـــنعين بشرعية التوكيل للمشروع و١,٨% حجاج متأثرون بسلوك زملائهم ١,٦ %حاجـــاً يرون بأن الوصول إلى مراكز التوزيع صعب جداً. وهناك نسبة كبيرة جدا تصل إلى ٣٦,٢%حاج امتنعت عن الإجابة على هذا السؤال.

• الفـــئة الـــتي لا تعلم بإحرامها: ٠,٤% حجاج لا يعلمون المشروع من قبل و٠,٥ حجاج لا يعرفون مزايا المشروع ٠,٤%حجاج يعتقدون بأن الأسعار مرتفعة و٠,٢ غـــير مقتـــنعين بفعاليـــة المشروع. ويفضل ٠,٣%حجاج منهم الذبح بنفسه ٠,٢ %صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع و لم يجب على هذا السؤال ١,٦%حاجاً.

٣,٥,٢,٦,٤ سعر الذبائح بالمشروع:

تعتبر الأسعار من أهم العوامل في سلوك الأفراد تجاه التعامل التجاري وهو المؤثر الرئيسي في زيادة ونقص عدد المتعاملين والمستهلكين.

ومـــن الجدول رقم (٦٣) نرى أن هناك نسب متفاوتة حول سعر الذبائح حيث نرى أن أسعار المشروع في نظر الحجاج مرتفعة ونجد أن نسبة ٣٠,١% من حجم العينة يعتقدون ذلـــك بيـــنما يرى ١٢,٦% من حجم العينة أن أسعار مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي أقل من البدائل الأخرى بينما يجد ١٤,٥% من حجم العينة أن الأسعار متقاربة مع البدائل الأخرى. أما بالنسبة لعدم العلم بالأسعار فنجد أن ما نسبته ٢٢,٥% مـــن حجـــم العينة يرون ذلك. بينما ما نسبته ٢٠,٢% من الحجاج لم يجيبوا على هذا السؤال.

٣,٥,٢,٦,٥ الأعمال التي يقوم بها المشروع ويشرف عليها:

كما هو واضح من العنوان سيتم تناول الأبعاد الخاصة بنظرة الحاج حول المشروع وتقبله للخدمات المقدمة.

١,٥,٦,٢,٥,٣ الإشراف من قبل الحكومة من عدمه:

نلاحظ ما لجدول رقم (٦٥) أن ما نسبته ٥٠,٨% من حجم العينة من الحجاج يعتقدون بأن حكومة المملكة العربية السعودية لا تشرف على هذا المشروع. بينما امتنع عن الإجابة ٣٣% من الحجاج الذين استهدفهم الاستبيان.

٣,٥,٢,٦,٥,٢ إجازة توكيل المشروع من قبل هيئة شرعية

يدرك الكثير من الحجاج تصل نسبتهم إلى ٥٥,٤% من حجم العينة أن توكيل مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بالذبح نيابة عنهم جائز بينما لا يدرك ذلك نسبة تصل إلى ١٢,٥% من الحجاج. أما الذين امتنعوا عن الإجابة فتصل نسبتهم إلى ٣٢,١% من أفراد العينة المستهدفة ويتضح ذلك من الجدول رقم (٦٦).

أما من الجدول رقم (٦٧) نستنتج كذلك أن الكثير من الحجاج تصل نسبتهم إلى ٥٦,٧ % من الحجاج يدركون إلى أن هيئة شرعية متخصصة أجازت توكيل الحاج للمشروع بالذبح نيابة عنه بينما تصل نسبة الذين يعلمون ذلك إلى ١١,١% من حجم العينة بينما امتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٢,٢% من الأفراد.

٣,٥,٢,٦,٥,٣ اختيار الذبائح وتذكيتها للمواصفات الشرعية.

بالنسبة لمراعاة المواصفات الشرعية من قبل المشروع يدركها الحجاج بما نسبته تصل إلى ٥٧,١% من حجم العينة بينما ١٠,٧% من حجم العينة يشكون في ذلك بينما امتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٢,١% من حجم العينة ويتضح ذلك من الجدول رقم (٦٨)

بالنسبة لمعرفة الحجاج بالمشروع يقم بتزكية الذبائح وفقاً للمواصفات الشرعية ضمن الجدول رقم (٧٢) نجد أن ما نسبته ٤٢% من الحجاج يدركون هذا الشيء بينما نجد أ، ما نسبته ٢٥,٩% من حجم العينة يرون أنه لا يتم التزكية طبقاً للمواصفات الشرعية وذلك من قبل المشروع. أما ما نسبته ٣٢,١% من الأفراد فلم يجيبوا.

٣,٥,٢,٦,٥,٤ عملية شراء الذبائح وتأمين الجزارين من قبل المشروع:

لـــتغطية الطـــلب الكبير على الذبائح خلال موسم الحج لابد من الاعتماد على مصادر خارجية ويقوم مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بشراء الذبائح مباشرة من مصادره الخارجية.

وبالنظر إلى الجدول رقم (٦٩) نجد أن نسبة ٤٢,٨٪ من الحجاج لا بد من الاعتماد على مصادر خارجية ويقوم مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بشراء الذبائح مباشرة من مصادرها الخارجية.

وبالـــنظر بالجدول رقم (٦٩) نجد أن نسبة ٤٢,٨٪ من الحجاج يرون إلى أن المشروع يقـــوم بشراء الذبائح مباشرة من مصادرها الخارجية بينما يرى ٢٣,٩٪ من الحجاج بأن المشروع لا يقوم بالشراء مباشرة من مصادرها الخارجية بينما امتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٣,٣٪ من الحجاج المستهدفين في البحث عن الإجابة.

أمـــا عن إشراف مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي مباشرة على عملية نقـــل الذبـــائح بحيث لا يعتمدون على جهات نقل أخرى نجد أن ٤٧,٦٪ من الحجاج يرون أن المشروع يقوم بالإشراف مباشرة على عملية نقل الذبائح بينما يرى ١٩,٤٪ من الحجـــاج إلى أن المشـــروع يعـــتمد على جهات أخرى في عملية نقل الذبائح من والى المشروع بينما هناك ٣٣٪ امتنعوا عن الإجابة وذلك كما هو ظاهر بالجدول رقم (٧٠).

إن توفـــير جزارين متخصصين للقيام بعمليات ذبح النسك في مشروع المملكة للإفادة من لحـــوم الهدي والأضاحي يوفر كثيراً على المشروع ويقدم خدمات جليلة للحجاج ويدرك معظـــم الحجـــاج ذلك كما هو موضح بالجدول (٧١) حيث نجد أن نسبتهم تصل إلى ٥١,٥٪ مـــن حجـــم العينة من الحجاج بينما هنالك نسبة ١٥,٨٪ من الحجاج يرون عكس ذلك أما عن الذين امتنعوا عن إجابة فتقدر نسبتهم بـــ ٣٢,٧٪ من حجم العينة.

٣,٥,٢,٦,٥,٥ تنظيم الذبائح والتخلص من النفايات من قبل المشروع:

أن حكومة المملكة العربية السعودية وحرصها على صحة الحجاج وتوفير الأجواء الصحية حتى يتمكنوا من أداء مناسك الحج تهتم كثيراً بالتخلص من النفايات الناتجة عن الذبائح في شـــهر الحج. وبما أن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي من ضمن أحد الجهـــات الـــتي تشرف عليها الحكومة نجد الاهتمام بالتخلص من النفايات بطريقة تراعي صحة الحجاج ونظافة البيئة. ويدرك هذه الأشياء الكثير من الحجاج فنرى من الجدول رقم (٧٣) إلى أن نسبه كبيرة تصل إلى ٥٣,٨% من حجم العينة يرون إلى أن المشروع يهتم بالنظافة ويراعي صحة الحجاج.

بينما يعارض ذلك ١٣,٩% من الحجاج ويرون العكس تماماً. أما من امتنعوا عن الإجابة على هذا الاستفسار فتصل نسبتهم إلى ٣٢,٣% من حجم العينة.

٣,٥,٢,٦,٥,٦ توزيع لحوم الذبائح على الفقراء بالحرم والدول الإسلامية.

إن مـــن الأمور التي يقوم بها مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي هو قيامه بتوزيع لحوم ذبائح النسك على فقراء الحرم.

ونلاحـــظ مـــن الجـــدول رقم (٧٤) أن ما نسبته ٥٣,٢% من حجم العينة من الأفراد يدركـــون إلى أن مشروع الإفادة يقوم بتوزيع الذبائح على فقراء الحرم بينما يرى عكس ذلك ما نسبته ١٣,٧% من حجم العينة.

كذلـــك نجـــد أيضـــاً أن المشروع يقوم بنقل ما يفيض عن حاجة فقراء الحرم إلى الدول الإســـلامية وتوزيعهـــا على الفقراء. فهناك ما نسبته ٥٢,٢% من الحجاج يدركون هذا الشـــيء بيـــنما هناك نسبة ١٩,٥% من حجم العينة يرون عكس ذلك هو أن المشروع لا يقـــوم بـــنقل الفـــائض إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء وأخيراً نلاحظ أن مـــن امتـــنعوا عـــن الإجابـــة مـــا نســـبتهم ٢٨,٣% من حجم العينة وذلك موضح في الجدول رقم:(٧٥).

٣,٥,٣ هل توجد فروق بين قبل وبعد الحج:

والإجابة لا توجد فروق بين قبل وبعد الحج من حيث إدراك ووعي الحاج وذلك حسب الجداول أرقام: (٥٣) و (٥٤) و (٥٥). ولعل المقلق في الأمر أن الجدول رقم (٥٤) يعكس لنا أن الوسائل غير الإعلامية كالأقارب والبعثة والحجاج الآخرين أكثر فعالية من الوسائل الإعلامية وخاصة بعد الحج. مع وجود نسبة كبيرة جاهلة بالمشروع قبل وبعد الحج الأمر الذي يجعلنا نعتقد بعدم فعالية وقدرة الوسائل الحالية في إيصال المشروع وأهدافه للحاج. وأن هناك حاجة ملحة لتطوير وسائل مغايرة ومختلفة عن الوسائل الحالية في التعامل مع المشروع وإيصال أهدافه ورسالته للمستهلك الحاج الذي يهتم بالقيام بالدور الصحيح استنادا على الجهد المبذول منه.

الاستراتيجية التسويقية العامة للإفادة من لحوم الهدى
مشروع المملكة العربية السعودية

٤ مقدمة:

الذبـــح للهدى نسك هام يقوم به الحاج لغرض إتمام حجة الفريضة له، وعادة ما يتكـــلف الحاج الكثير للقيام بها ولا تتاح له الفرصة دوما لتكرارها. لذلك يحرص الحاج على أن تسير العملية بصورة صحيحة نظرا لأهميتها الروحية له علاوة على المشقة والكلفة التي سيتحملها للوصول لهدفه وهو أن يتقبل الله عمله ويثيبه عليه. لذلك يتوقع أن يكون الحـــاج حريصـــا عـــلى أداء الشـــعيرة بدون شوائب أو شكك. وعليه سنركز عند بناء الاستراتيجية على تحقيق هذا البعد من قبل المشروع. وهو طمأنة الحاج إلى أن المشروع له نفس درجة الحرص والرغبة في أن يكون حج الحاج كاملا خالي من الشوائب فيما يختص باختيار وذبح وإيصال الذبيحة لمستحقيها كما جاء في القرآن ومراعية للمذهب المتبع من قبل الحاج.

ونهدف من بناء الاستراتيجية لتحقيق هدف مشروع المملكة العربية السعودية وهو أن يذبح جميع الحجاج هديهم وصدقاتهم من خلال المشروع حتى تكون الفائدة أقصى ما يمكن. وبالتالي القضاء على الجوانب السلبية للذبح خارج المشروع وزيادة استفادة فقراء المسلمين من الذبائح في مختلف دول العالم بعد اكتفاء.

ترتكـــز الاستراتيجية المراد تطبيقها خلال العام الحالي ١٤١٩ هـــ على بناء بعد إيجـــابي يربط بين الحاج والمشروع هدفه دعم الحاج في أداء نسكه بيسر وسهولة وإتاحة الفرصة له لخدمة فقراء المسلمين بإيصال الهدى والصدقات لهم بعد أن يكتفي فقراء الحرم مصداقا لقوله تعالى (والبدن جعلناها لكم من شعائر الله لكم فيها خير فاذكروا اسم الله عليها صواف فإذا وجبت جنوبها فكلوا منها وأطعموا القانع والمعتر كذلك سخرناها لكم لعلكم تشكرون) سورة الحج ٣٦.

وعند بناء الاستراتيجية نود أن نركز على أهمية تقليل التكلفة إلى أبعد حد حتى لا يتحمل الحاج تكاليف ليس لها صلة سوى جذبه نحو الذبح في المشروع. وبالتالي سيكون

الخيار المراد تنفيذه هو أُقل الخيارات تكلفة وأكثرها فعالية في إقناع الحاج بدور المشروع خاصة وأن الوعي بالمشروع لا يعتبر جيد.

وهـــناك نوعـــان من الاستراتيجيات المراد تطبيقها واحدة تختص بالحاج والأخرى تختص بالمنافسة واحتوائها.

٥ رسالة ورؤية المشروع:

ونســـتعرض في هـــذا الجزء رسالة المشروع ورؤيته حتى نظهر الأسس التي بنيت عليها الاستراتيجية وتهدف لتحقيقها. فالأبعاد والأدوات المستخدمة ستكون مركزة على تحقيق رسالة المشروع والوصول لهذه الرؤيا.

ورســـالة المشروع هي " يسعى مشروع المملكة العربية السعودية للإفادة من لحوم الهـــدى والأضـــاحي كمشـــروع خيري إلى إفادة فقراء المسلمين من لحوم الهدى خارج المـــلكة بعد اكتفاء فقراء الحرم. وتمكين الحاج من أداء نسكه بيسر وسهولة، مع الحرص على ضمان نظافة البيئة في الحرم".

تم اســـتخدام رؤيـــا طورها الباحثون وتدور حول (**فكلوا منها وأطعموا البائس الفقير**) وبالتالي نهدف من هذه الرؤيا الإيضاح للحاج حقيقة هامة وهى أن الحاج سينال الأجر نتيجة لأدائه جزء من الشعيرة الدينية بسبب قيامه بالذبح مع المشروع لأن المشروع ونيابة عن الحاج سيوصل الذبائح للفقراء المستحقين. وهنا يجب أن نركز على بعد إعادة الهيكلة وتخفيض سعر الذبيحة كجزء من الاستراتيجية التي سيتم تنفيذها هنا.

٦ أولاً: استراتيجية المستهلك:

وعناصر الاستراتيجية التي نسعى لتنفيذها هي:

١. أدوات تعكس رسالة المشروع وهدفه وإقناع الحاج بها وجدوها.
٢. خفـض تكلفة الذبيحة وخاصة الجزء المدفوع من الحاج للحصول على خدمات المشروع.
٣. الوسائل الإعلامية المستخدمة لإيصال الرسالة.
٤. الإعلان موجه بلغة الحاج صوتا وكتابة.
٥. أن يتم عرض ثلاثة أنواع من الكوبونات مختلفة السعر.

٦،١ أدوات الاستراتيجية:

سـيتم استخدام عدد من الأدوات الهامة التي ستعطى رسالة واضحة للحاج حول المشروع الخيري وهدفه وتطمئنه على نسكه بدون أي شوائب. وتتكون هذه الأدوات من العناصر التالية:

١. عقد الالتزام.
٢. كوبونات مختلفة التوقيت للذبح.
٣. منشورات تشجيعية.
٤. فيلم لمدة دقيقة واحدة.
٥. وشريط أوديو.
٦. مطويات.
٧. المعلقات.
٨. اللغة المستخدمة.

٦,١,١ عقد الالتزام:

عـادة مـا يهتم الفرد عندما يجد نفسه أمام علاقة تعاقدية من خلالها يضمن أن الطـرف الآخر سيلتزم بهذا العقد وسيحترمه ويضمن نقل العبء والذنب عنه. عادة ما

يهـــتم الفرد بالكلمة المكتوبة كنوع من الالتزام الحرفي حتى يطمئن الحاج من إتمام نسكه بطـــريقة صحيحة. فالتكاليف التي يتعرض لها الحاج ورغبته في الأجر تجعله حذرا. ويعتبر أسلوب جديد وغير متعارف عليه عالميا إلا من خلال الضمانات المقدمة للسلع والمنتجات الكماليـــة. واستخدامه هنا هو نوع من الضمان للحاج ونقل أي مسؤولية لجهة مسؤولة تخاف وتراعي الله في أعمالها. وبالتالي يتوق أن تكون وسيلة جذب وطمائنة للحاج حول إتمامه لنسكه حيث نجد أن هناك نبرة عدم ثقة وخاصة عند قيامنا بالدراسة النوعية.

ونقترح نص العقد كالتالي مع كتابته بلغة الحاج:

عقد التزام

يلـــتزم البـــنك الإسلامي كطرف أول وهو هنا المشرف والمنفذ لمشروع المملكة العربية السعودية للإفادة من لحوم الهدى والصدقات.

تجاه الحاج :.............................(اسم الحاج).

١. أن يقوم باختيار الذبيحة التي تتفق مع الشروط الشرعية للهدي والصدقات.
٢. أن يـــتأكد مـــن مـــراعاتها للشـــروط الصحية وأن يتم ذبحها بالأسلوب الشرعي الإسلامي.
٣. أن يفيـــد فقراء المسلمين من المقيمين في منطقة الحرم وبعد اكتفائهم يقوم بإيصالها لفقراء المسلمين حول العالم.
٤. وان يقدم البنك الإسلامي للتنمية جزء من الذبيحة للوكيل حال طلبه لها.

طرف أول:	طرف ثاني:
البنك الإسلامي	الحاج:

٦,١,٢ كوبونات الذبح الزمنية:

جـــزء كبير من الحجاج يستند في كون المشروع يهمل بعد ديني هام حول الذبح في نفس اليوم ويتم بالتالي عرض ٣ أنواع من الكوبونات كل كوبون يحدد يوم الذبح من خلالـــه. فالأغـــنام المذبوحة في اليوم الأول لها كوبون محدد ويكون سعره أعلى من اليوم الـــتالي بـــ ٣٠ ريال والذبح في اليوم الثاني أعلى من اليوم الثالث بثلاثين ريال. مع أهمية إصـــدار الكوبونـــات بالحاسب الآلي ومن خلال رقم الكوبون يستطيع الكمبيوتر اطلاع المشـــتري الوقت الذي سيتم ذبح الذبيحة إنشاء الله ويطبع له. لأن الذبح في المجزرة يتم بحجـــم محـــدد كل يوم وبالتالي لن تكون هناك صعوبة في الإجابة على الحاج الراغب في معـــرفة وقت تزكية ذبيحته. وهذا يساعد على الاستجابة لعدد كبير من الحجاج الراغبين في الذبح مع المشروع بما يتفق مع مذهبهم.

٦,١,٣ المنشورات:

وهـــي عبارة عن صفحة يركز فيها على تطور الخدمة المقدمة وحجم المستفيدين كـــل عام داخليا وخارجيا. الهدف تكوين نوع من الاعتقاد بالدور الذي يقوم به البنك لـــتحقيق الاســـتفادة من اللحوم. وهي عبارة عن ورقة فيها جدول ورسم بياني فقط مع الرؤية الخاصة بالمشروع (**فكلوا منها وأطعموا البائس**). وأهمه أن الذبح وتواجد الذبيحة في المشـــعر الحـــرام وليس في مكان آخر. يضاف لها أهمية سرعة التوصيل لمختلف الدول الإسلامية للذبائح.

٦,١,٤ المطويات:

ويحقـــق من خلالها بعدين الأول يهتم الحاج بتواجدها معه كل وقت ويستخدمها وعلي جنبها يتم طباعة خارطة لمنطقة المشاعر أو ما هو مطلوب منه لإكمال ركن الحج وحسب المذهب الذي يتبعه الحاج (حتى لا يستشعر بتواجد تميز أو أن الخلاف في التطبيق لن يهتم به). والهدف منها استمرار تذكير الحاج بالمشروع وربما تحدثه مع غيره عند الراحة حول المطويـــة والجوانب الإيجابية فيها. وأن الذبح يجب أن يتم المشعر الحرام وأن الذبائح شرعاً يجب أن تساق إلى المشعر الحرام وليس في دولهم. وحجم الاستفادة منه.

٦,١,٥ المعلقات:

وهـــي وسائل تعريف كبيرة يستخدم من ضمناه العقد في الخلفية أو المنشور مع التركيز بخـــط كبير على رؤية المشروع (فكلوا منها وأطعموا البائس). والتحدث في جملة بسيطة أو جملتين هن هدف المشروع مثل :

(تأكد من إتمامك لنسكك بنحر هديك بالأسلوب السليم مع المشروع).

(ساعد المسلمين في الاستفادة من لحوم هديك تعاون مع المشروع).

(فقراء المسلمين لهم نصيب في لحم هديك (وأطعموا البائس الفقير) أذبح في المشروع)

(مشروع المملكة يوفر لك:

ذبيحة شرعية ... ويوصلها لمستحقيها.)

(دعمك للمشروع يعنى فائدة لفقراء المسلمين)

(أليسوا هم أحق بها بدلا من تركها)

مع وضع صور توضح الذبح في المشروع وصور للمستفيدين من مختلف دول العالم.

وأن الذبح يجب أن يتم في المشعر الحرام ويساق الهدى إلى مكة المكرمة.

٦,١,٦ الفيلم:

وتكـــون مدتــــه دقيقة واحدة يدور حول المستفيدين من المشروع ومراحل الذبح داخل المشروع ويتحدث فيه معالي الدكتور أحمد على عن هدف المشروع. وتتكون من العناصر التالية:

١. اختيار الذبيحة.
٢. الذبح بما يتفق مع الشرع.
٣. التوزيع لفقراء الحرم (وليس للمتحلقين حول المشروع) صور لأربطة مكة.
٤. التوزيع لفقراء المسلمين في مختلف دول العالم.
٥. أن الذبيحة يجب أن تساق وتذبح في المشعر الحرام.

٦,١,٧ شريط أوديو:

وهـــو شريط صوتي يركز على جوانب إيجابية في المشروع وخاصة النفع للحاج ولفقـــراء المسلمين مع التركيز على الآية القرآنية (وأطعموا البائس الفقير). وهذه الجوانب هي:

١. اختيار الذبيحة
٢. الذبح بما يتفق مع الشرع.
٣. التوزيع لفقراء الحرم (وليس للمتحلقين حول المشروع).
٤. التوزيع لفقراء المسلمين.
٥. دبلجة أصوات في الخلفية مهمة (للمواشي والدعاء من المستفيد).
٦. مع التركيز أن الذبح والهدى يجب أن يكون في المشعر الحرام.

٦,١,٨ اللغة المستخدمة:

لإنجـــاح الســـابق يجب أن تكون الأدوات السابقة بكافة لغات الحجاج وبدون اســـتثناء من خلال ترجمة صحيحة وما يقابلها وليس بترجمة حرفية. وعادة ما يعنى ذلك استخدام تسعة لغات هي السائدة في الدول الإسلامية.

٦,٢ الوسائط المقترحة:

الفيلم والمنشورات والمطويات يقترح عرضها ونشرها في المواقع التالية وقبل دخول أو مع دخول وتواجد الحاج وقبل بدئه بالنسك:

١. ســـفارات المـــلكة حيـــث يتحصل الحاج على التأشيرة. (منشورات، معلقات، مطويات، وعقد الالتزام والفيديو والأديو)
٢. مع جوازات الحجاج (عقد الالتزام والمطوية).
٣. في الطائرات (عقد الالتزام والمطوية).
٤. في مركـــز استقبال الحجاج في المطارات (معلقات، فيديو، أوديو، منشورات، عقد الالتزام، مطوية).
٥. في مراكز التفويج (معلقات، فيديو، أوديو، منشورات، عقد الالتزام، مطوية).

٦. التلفزيون السعودي (فيلم الفيديو).

٧. الراديو (الشريط).

٨. حول المسجد الحرام والمسجد النبوي (معلقات، منشورات، ستاند).

ويجب إيضاح أن تأثير الصحف وحسب الدراسة غير مجدي ومكلف مقابل هذه الوسائط وبالمعلقات.

٧ ثانياً: استراتيجية احتواء المنافسة:

هناك جانبان للمنافسة الأول ويرتكز على بيع الذبيحة من صغار التجار والثاني القائمون بعمـــلية تذكية الذبيحة. وكلاهما معا يمثلا عنصر المنافسة والاستراتيجية ترتكز على إلغاء دور الفـــئة الـــثانية مـــع السماح للأولي بالعمل والمنافسة وتحيد فائدتها من الذبح المباشر الرخيص.

٧,١ صغار التجار:

وتســـتند هذه الاستراتيجية على التركيز على جانب العرض وتحييد دور المنافسين خارج المشـــروع. من خلال استقطابهم وجعل عملية الشراء والذبح تتم تحت سيطرة المشروع ويســـدد الحـــاج تكلفة الذبح. ويتم ذلك من خلال نقل المنافسة خطوة أعلى حيث يتم تخصص واحدة من المجازر المتوسطة (ثمانون ألف رأس (المعيصم)) لصالح احتواء المنافسة.

وتـــتم العملية من خلال تحديد واحدة من المجازر الثلاث التي يتم تشغيلها من قبل البنك وخاصـــة مجـــزرة المعيصم رقم (١). ويؤجر كل واحد من المستأجرين الحاليين في المجزرة البديلة واحد من الحظائر الحالية التي يخزن فيها المتعهد لصغار التجار وأمام كل حظيرة يتم وضع كشك يتواجد فيه شخص من قبل البنك الإسلامي ومن قبل المؤجر. ويتجه الحاج الـــراغب في الشراء من التجار للمفاصلة وتحديد السعر للكشك ويتفق مع مندوب التاجر ويختار الذبيحة. ومن ثم يسدد لمندوب البنك قيمة وأجور الذبح والتخزين والنقل والتوزيع مع إعطائه الحق في الحصول على الذبيحة. ويتجه بعدها للساحة مع الذبيحة وتذبح أمامه كما يتم حاليا مع الوكلاء. والمساحة كافية لدخول الفرد وقيامه بالنسك هنا والطاقة مائة

ألــف كافيــة لاحــتواء المنافسة. ولكن يجب تنظيم حركة الدخول والخروج من المجزرة بصورة تضمن عدم الازدحام وسهولة الحركة.

فالمنافســة حاليا ومن خلال الذبح العشوائي وترك الذبائح تستفيد من فرق تقديم الخدمة وتــباع المواشي بسعر أفضل. فالحاج يقارن السعر النهائي للذبيحة مع البنك (سعر البنك يعكــس سعر الرأس مضاف له الذبح والتوزيع وخلافه). والتاجر يبيع الذبيحة بسعر أقل وعادة ما تكلف عملية الذبح ١٠ ريال فقط. وهنا يستطيع التاجر أن يكسب من تسعيره مع انخفاض كلفة الذبح بصورة أكبر.

٧,٢ المزكيين:

وبالنســبة للراغبين في العمل ولاحتواء الحاجة للعمالة يمكن أن نكون وظائف للجزارين المؤقــتين يــتم عرض وظائف مؤقتة في المجازر لهم في نفس الموسم. والهدف هو احتواء التــنافس من قبل الجهتين المؤثرة والمعرقلة للبنك للقيام بدوره. ويمكن توجيههم للعمل في المجزرة من خلال توظيفهم للعمل وبسعر رمزي أو مكافأة وبأسلوب يختلف عن الأسلوب الحالي المستخدم من قبل البنك. وعادة ما يكونوا من الأفراد العاملين في المطابخ في منطقة جدة ومكة.

٨ ثالثا: استراتيجية تحيد الموردين:

ونهــتم مــن خلال هذه الاستراتيجية بالقضاء على الضغوط الاحتكارية من قبل الموردين الحــالين نظرا لصغر حجمهم (ثلاثة أو خمسة إذا أضفنا متوسطي الحجم) من خــلال إتاحــة الفرصة للدول الإسلامية أعضاء البنك الإسلامي في الدخول في المناقصة بهدف زيادة حجم المنافسة وعدم قصرها على التجار المحليين نظرا لأن هدف المشروع غير ربحي وفائدته يجب أن تعم المسلمين.

٩ الاستنتاجات:

ويمكن تقسيم الاستنتاجات إلى أجزاء رئيسية هي كالتالي:

٩,١ المنافسة:

- أن اكـــثر أنواع الخرفان المتوفرة هي البربري والحري ويرجع ذلك إما لتفضيله عن غيرة أو توفره بشكل كبير أو انخفاض سعره.
- تتراوح أسعار المواشي لدى أفراد العينة ما بين ٢٠٠ إلى ٤٠٠ ريال
- تتراوح متوسط أسعار الذبائح المشتراة ما بين ٢٦٠ – ٤٠٠ ريال.
- حـــددت نسبة من أفراد العينة المساهمة كصيغة للتعاون مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي .
- لا يقوم المشروع بعملية الذبح في أيام التشريق ويعتبر ذلك من أسباب عدم تعاون الملاك مع المشروع .
- لم يتم تحديد المصادر التي يحصل الملاك على المواشي منها .
- مواقع الحظائر التي يمتلكها أصحاب الحظائر في المجزرة البديلة تتركز في مواقع محددة كموقع الشرائع والعسيلة .
- هـــنالك نسبة كبيرة من أفراد العينة لا يمتلكوا احواش ويعتبروا تجار مواشي وليسوا منتجين.
- هـــنالك نسبة كبيرة من حجم العينة ترغب في التعاون مع المشروع وذلك ضمن صيغة محددة كالقيام باستيراد المواشي للمشروع أو القيام بالبيع من خلال المشروع.
- يرجع بعض أفراد العينة أسباب عدم التعاون مع المشروع وذلك لان المشروع يعتبر منافس خطير يؤثر على أعمالهم.
- يلاحـــظ أن هنالك نوع واحد من الماعز والذي يقوم المنافسون بتوفيره وهو الماعز البيشي.

٩,٢ المستهلك:

- أكثر أنواع ذبح النسك انتشاراً هو الهدي ثم يأتي بعد ذلك الأضاحي.
- عدم الاستفادة الشخصية من الذبائح من قبل نسبه كبيرة من الحجاج ويكون مصير الجزء غير المستفاد من معظمه ترك في مكان الذبح.
- كثرة توافر مراكز الحصول على القسائم (الكوبونات) له دور كبير في تسهيل شراء الحجاج لهذه الكوبونات.
- نستنتج بالنسبة للعلم بوجود المشروع إلى أن نسبة ليست بالقلية لا يعلمون بوجود المشروع وممكن أن يرجع ذلك إلى عدم انتشار فروع للمشروع وليس هناك طريقة لإيصـــال المعـــلومات عن المشروع للحجاج لذلك يجب توعية ونشر إعلان عن أعمال المشروع ونتائجه وخدماته.
- مستوى التعليم للحجاج ينحصر بين المستوى الثانوي والجامعي.

٩,٣ المشروع:

- أسعار الذبائح في المشروع عالية مقارنة بالبدائل الأخرى.
- إن مـــن أكثر الأسباب عدم تفضيل الذبح من خلال المشروع عدم علمهم بوجود المشروع أو خدماته.
- كانت للفتوى الشرعية بجواز توكيل المشروع عنهم في عملية ذبح النسك لها فاعليه جيدة في سلوك الحجاج بالتعامل مع المشروع.
- مـــن أسباب تفضيل الحجاج والتعامل مع المشروع توفير الجهد وسهولة الحصول على القسائم كذلك الفتوى الشرعية بالإضافة إلى مزايا المشروع الأخرى .
- نجد أن أكثر مواقع الشراء من المجزرة ثم من الباعة المتجولين.
- نسبه كبيرة من الحجاج لا يدركون البدائل المتاحة أمامهم للذبح.
- نســـتنتج مـــن الإجابـــات بان مشروع الافاده من لحوم الهدي والأضاحي ناجح ومقـــبول لدى كثير من الحجاج لكن هنالك مشكلة تتمثل في عدم معرفة الحجاج عـــن المشـــروع بنسب متفاوتة بين ٧% إلى ١٤% من حجم العينة عن المشروع والأعمال التي يقوم بها .

- هنالك طرق ذات فاعليه كبيره للتعرف على المشروع وهم المطوفين ورؤساء بعثات الحج.
- هنالك ما نسبته ٧٪ إلى ١٤٪ امتنعوا عن الإجابة على بعض أسئلة الاستبيان أو تجاهلوها لعدم معرفتهم بالإجابة.
- هنالك نسبه كبيره من الحجاج ذوي الجنسية التركية لا يعرفون بوجود المشروع وذلك يعود إما لتفضيلهم الذبح خارج المشروع أو لعدم معرفتهم بالمشروع.
- يرغب حجم كبير من أفراد العينة في التعاون مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي .
- يفضل الكثير التعامل مع المشروع ويرجع ذلك لسهولة الحصول على قسائم الذبح أو لتوصية الأصدقاء.
- يقوم المشروع بتوزيع لحوم الذبائح على الفقراء في الحرم كذلك على الفقراء في الدول الإسلامية الأخرى.
- يقوم معظم الحجاج بشراء نسكهم بأنفسهم والبعض يعتمد على أقرباء لهم أو بواسطة المشروع أو رئيس البعثة الحجية.
- يلاحظ أن معظم أفراد العينة من العاملين بالقطاع الخاص.
- يلاحظ أن نسبه كبيره من الحجاج الأتراك قد حجوا اكثر من مره.

١٠ التوصيات:

١. توفير مساحة قريبة من الحظائر وذلك لوضع المواشي التابعة لهم حتى يمكن تلبية طلبات الحجاج بأسرع وقت ممكن وبأقل تكلفة وجهد ممكنان
٢. إعطاء أولوية لتوعية الحجاج بأنواع الحج وعلاقته بالذبائح.
٣. التركيز على توعية الحاج ببدائل الذبح المتوفرة ومزايا الذبح من خلال المشروع.
٤. الأخذ في الاعتبار عند تصميم حملات التوعية أن متخذ قرار الذبح هو الحاج، وان لرئيس البعثة تأثيرا هاما في القرار وبالتالي اعتبارهما المستهدفين من حملات التوعية.
٥. إعادة النظر في تحجيم المجاور (downsizing) و توسيع رقعتها الجغرافية لتشمل اكبر قدر من الحجاج.
٦. دراسة تصميم آلية تسيطر على سلبيات إلقاء مخلفات الذبح في مكان الذبح، وعدم الاستناد المطلق إلى عدم نظامية الذبح خارج المشروع. حيث أن الآليات الإلزامية لجهات الرقابة غير فعالة بدرجة كافية.
٧. إعادة النظر في آليات تقويم حملات تسويق خدمات المشروع في السابق، إذ توجد نسبة كبيرة من الحجاج ليس لديها أي علم بوجود المشروع.
٨. التركيز على وسائل الإعلام والإعلان الفعالة في موطن الحاج لإعلامه بالمشروع والإعلان عن خدماته وإيجابياتها.
٩. التركيز على إبراز التزام المشروع بالمواصفات الشرعية للذبح في اتصالاته الإعلامية والتسويقية.
١٠. ترويج فتوى جواز التوكيل للذبح لغرض زيادة المستفيدين من خدمات المشروع.
١١. تطعيم الحملات الإعلامية والتسويقية بمزيج من سلبيات الاعتماد على الذات وعلى الغير في الذبح خارج المشروع، كاستراتيجية ردع تساهم في تفعيل

الحملات الإعلانية والتسويقية لبعض الحجاج الذي تكون درجة استجابتهم أسرع لهذا النوع من التصوير للواقع.

١٢. توضيح مبررات فوارق السعر بين الذبح من خلال المشروع والذبح خارج المشروع، لترشيد قرار الحاج الخاص بالذبح وجعله يميل إلى اتخاذ قرار الذبح من خلال المشروع.

١٣. توضيح ابتعاد المشروع عن الأهداف التجارية، وتركيزه على الأهداف السامية المرتبطة بقرار تأسيسه من خلال الحملات الإعلامية المركزة.

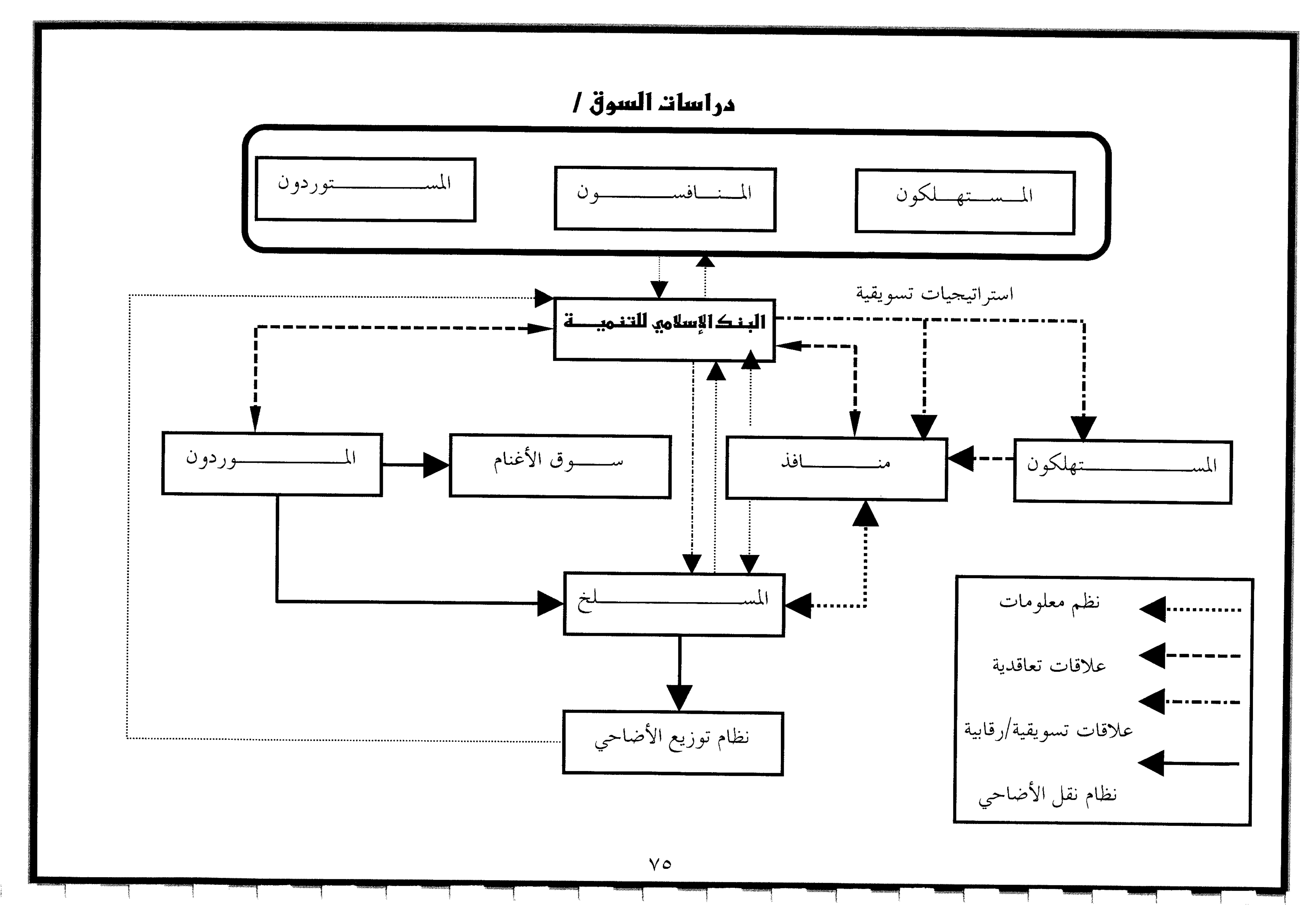
١٤. العمل على إشعار الحاج بان ما ينعم به من إيجابيات التخلص من النفايات ودرء الأمراض المصاحبة لتلك النفايات هي في جانب كبير من أثار فعاليات المشروع.

١٥. العمل على الاستفادة من كون معظم الحجاج يقدمون بالطائرات والعمل على التواصل معهم في طائراتهم عن طريق الوسائل الإعلامية والترويجية.

١٦. الاستمرار في تسهيل مهمة توفير الكوبون للحاج، والنظر في البدائل التقنية، كالآلات المشابهة لآلات الصرف.

١٧. العمل على زيادة فعاليات إلزام منع الباعة المتجولون، والذبح خارج المجازر.

١٨. توسيع نطاق عمل المشروع ليشمل اكثر من مجزرة.



دراسات السوق /
المستهلكون
المنافسون
المستوردون
استراتيجيات تسويقية
البنك الإسلامي للتنمية
المستهلكون
منافذ
سوق الأغنام
الموردون
المسلخ
نظام توزيع الأضاحي
نظم معلومات
علاقات تعاقدية
علاقات تسويقية/رقابية
نظام نقل الأضاحي

فهرس ا يات

الموضوع رقم الصفحة

مقدمة: ١

المنافسة: ٢

١,٢المجزرة البديلة: ٢

١,١,٢أنواع الذبائح المتوفرة لدى الملاك وكمياتها........ ٣

٢,١,٢نسبة امتلاك الاحواش ومساحاتها ٤

٣,١,٢عدد الحظائر الموجودة في مكة والمستأجرة........ ٤

٤,١,٢توافر خدمات الذبح للحاج وتكاليفها: ٥

٥,١,٢التعاون مع مشروع المملكة:........ ٥

٦,١,٢تأثير وجود مشروع المملكة:........ ٥

٧,١,٢صيغ التعاون مع المشروع........ ٦

٢,٢كبار تجار المواشي: ٦

٣,٢أطراف أخري: ٨

٤,٢مجزرة الجمال ٨

٥,٢النتائج: ٩

تحليل المستهلك: ١٠

١,٣جمع المعلومة قبل وبعد الحج: ١٠

٢,٣طرق جمع المعلومات: ١٠

١,٢,٣أنواع أدوات جمع البيانات:........ ١١

٢,٢,٣العينة:........ ١١

٣,٣نتائج المستهلك (الوكلاء): ١٦

١,٣,٣أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت. ١٧

٢,٣,٣عملية شراء الذبائح وأماكن ذبحها ١٨

٣,٣,٣التعامل مع مشروع المملكة للافاده من لحوم الهدي والأضاحي........ ١٩

٣,٣,٤الأعمال التي يقوم بها المشروع ويشرف عليها ٢٠
٣,٤الاتجاه النوعي: ٢١
٣,٥نتائج المستهلك (الحاج): ٢٥
٣,٥,١قبل الحج: ٢٦
٣,٥,٢بعد الحج: ٤٢
٣,٥,٣هل توجد فروق بين قبل وبعد الحج: ٦٠
مقدمة: ٦١
رسالة ورؤية المشروع: ٦٢
أولاً: استراتيجية المستهلك: ٦٣
٦،١ أدوات الاستراتيجية: ٦٣
٦,١,١عقد الالتزام: ٦٣
٦,١,٢كوبونات الذبح الزمنية: ٦٥
٦,١,٣المنشورات: ٦٥
٦,١,٤المطويات: ٦٥
٦,١,٥المعلقات: ٦٦
٦,١,٦الفيلم: ٦٦
٦,١,٧شريط أوديو: ٦٧
٦,١,٨اللغة المستخدمة: ٦٧
٦,٢الوسائط المقترحة: ٦٧
ثانياً: استراتيجية احتواء المنافسة: ٦٨
٧,١صغار التجار: ٦٨
٧,٢المزكيين: ٦٩
ثالثا: استراتيجية تحيد الموردين: ٦٩
الاستنتاجات: ٧٠
٩,١المنافسة: ٧٠

٩,٢ ....المستهلك:٧١

٩,٣المشروع: ٧١

١٠ *التوصيات: ٧٣*

الملاحـــــــــق: ....

....

٢٠٢١٠٠١

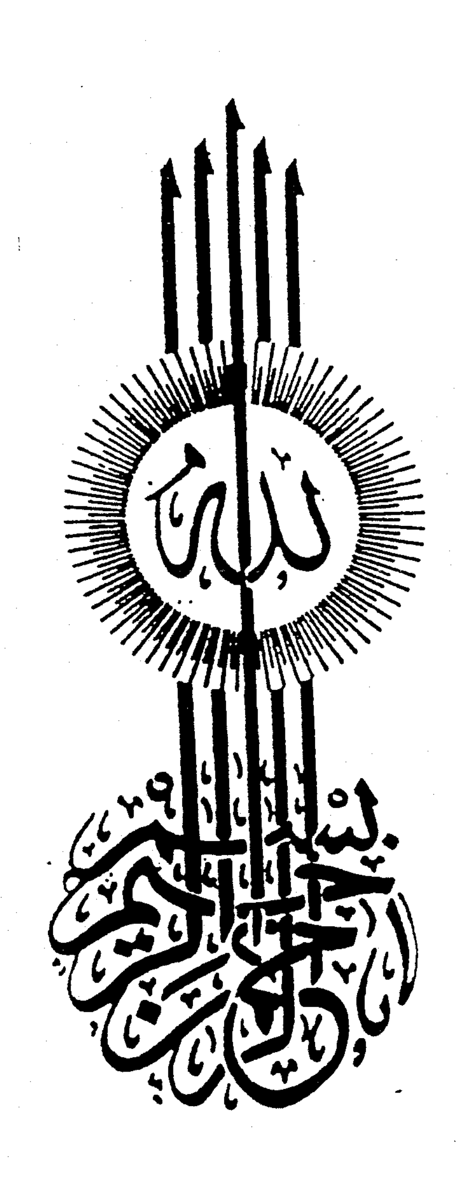
دراسة

السوق والمستهلك لسوق الهدي والأضاحي

١١/٦/٢٠٠٠م

دراسة مقدمة للبنك الإسلامي للتنمية

١١/ ٦ / ٢٠٠٠م


الله
بسم الله الرحمن الرحيم

دراسة السوق والمستهلك لسوق الهدى

١ مقدمة:

يستهدف مشروع المملكة العربية السعودية للاستفادة من لحوم الهدى والصدقات والتي يؤديها الحاج لا تمام نسكه رغبة في إكمال أداء شعيرته الدينية والتقرب عز وجل لله بهـــا. حيث يقدم حاليا المشروع خدمات للحاج ترتكز على هدف رئيسي هو الاستفادة الكاملة من لحوم الذبائح التي ينحرها الحاج والتي كانت لا يستفاد بالكامل منها وإيصالها لمستحقيها من فقراء الحرم مع توسيع دائرة المنفعة لتشمل فقراء المسلمين في مختلف مناطق العالم الإسلامي.

المشـــروع يســـتهدف خدمة الحاج من خلال تسهيل عملية نحر النسك وتوزيع الـــلحوم على المستحقين. وتتوفر للحاج حاليا عدد من الخيارات حيث يتواجد منافسين لتقديم خدمة الذبح والتي لا تقدم بنفس النوعية (من حيث توفر الشروط الشرعية) يضاف لها أن المنافسة لا تهتم بتوزيع اللحوم وإيصالها لمستحقيها وتترك الأمر في يد الحاج أو يقوم الجـــزار ببيعها بعد تركها له من قبل الحاج. وتستند المنافسة نتيجة لعدم تقديمها خدمات إضـــافية للاستفادة من الذبيحة على تخفيض السعر وعرض الذبيحة بسعر منخفض عن ما يقـــدم مـــن قبل المشروع يضاف لها ثمن زهيد مقابل خدمة الذبح نتيجة لعدم قيام الجزار بســـلخ وحفـــظ الذبيحة وإعدادها. الأمر الذي يجعل الحاج ينجرف ولا يفكر في النتائج والـــتي يجب على المشروع أن يظهرها في حملة الدعاية والإعلان والتوعية التي سيقوم بها البنك. وجعل المقارنة بين المشروع والمنافسة تستند على كافة الأبعاد.

ويعتـــبر مشـــروع المملكة العربية السعودية خيري لا يستهدف الربح وإنما تغطية تكاليفه مع قيام الدولة أو البنك في حالة تواجد عجز بين الإيراد ولتكلفة بتغطية النقص في الموازنة حيث يهتم المشروع بخدمة المسلمين ونظافة البيئة في الحرم.

ومـــن هـــذا المنطـــلق نتجه نحو دراسة عناصر السوق الخاص بالهدى والصدقات المستهلك (الحاج) والمنافسون بهدف بناء الاستراتيجيات التسويقية التي ستمكن المشروع من الوصول للطاقة القصوى إنتاجيا وتوعية المستهلك بالخدمات والفوائد من التعامل مع المشروع مقارنة بالمنافسة.

٢ المنافسة:

لتحقيق أهداف الدراسة أيضاً تم تصميم استبيانات موجهة للمنافسة للتعرف على اتجاهاتها ودرجة تأثرها (إيجاباً أو سلباً) بالمشروع، بالإضافة إلى محاولة معرفة مدى تميزها عنه والاختلاف في المنتجات الخاصة بالمشروع كما تمت دراسة كيفية احتوائها من قبل المشروع وأبعاد التعاون الممكنة مستقبلاً وجدوى ذلك اقتصادياً للمشروع. كما تم خلال نفس الوقت زيارة المجزرة البديلة للتعرف على التنظيم الحالي وأسلوب الذبح وتصرفات الحجاج والقائمين على الذبح وذلك بهدف تكوين تصور شامل للوضع الحالي للخدمة والمنافسة ولسلوكيات الذابحين داخل المجزرة البديلة.

كما تم خلال نفس المرحلة زيارة المجازر البعيدة عن مجموعة المجازر داخل المشاعر وخاصة مجزرة العسيلة للتعرف على نوعية من يقوم بالذبح هناك وطبيعة النشاط الممارس ونوعية المنتجات المعروضة هناك.

٢,١ المجزرة البديلة:

إن أهمية اختيار العينة يؤدي إلى إيجاد التوازن بين المعلومات التي يتم جمعها وبين التي يهدف البحث إلى إيجاد إجابات وحلول لها . وقد تم اختيار هذه العينة كجزء مكمل للبحث حيث هدفنا في هذه العينة على التعرف على المنافسين المباشرين. وقد تم إجراء هذه الدراسة على عينة مكونة من ٣٥ من ملاك الحظائر أو المستأجرين والذين يقومون بتوفير الذبائح للحجاج لموسم الحج والقيام بتقديم الخدمات لهم حيث نرى أن ما نسبته ٤٣% من الحجاج يقومون بشراء الذبائح من المجازر مباشرة ((مجموع المذبوح- البنك)÷مجموع المذبوح). هذا واحتوت قائمة الاستبيان على جميع الاستفسارات والتي يمكن من خلالها توفير معلومات وبيانات اكثر دقة وتفصيلا بحيث يمكن على أساس هذه المعلومات إمكانية التوصل إلى نتائج .

والاستفسارات التي طرحت من خلال الاستبيان تشمل على تحديد أنواع الذبائح وعدد الحظائر المملوكة لأصحاب الحظائر والخدمات التي يقدمونها وأيضا آرائهم عن

مشـــروع المملكة للإفادة والأعمال التي يقوم بها المشروع وتأثيرها على نشاطهم وإمكانية التعاون مع المشروع مستقبلا والصور المقبولة للتعامل.

٢,١,١ أنواع الذبائح المتوفرة لدى الملاك وكمياتها

تتوفر لدى الملاك نوعان من الذبائح الأغنام والخرفان، فالأغنام منها الماعز المصري والماعز البيشي وغير ذلك ونرى من الجدول رقم(١) أن الماعز المصري لا يتوفر لدى جميع المــلاك الذين شملتهم العينة , بينما نجد أن الماعز البيشي يتوفر لدى كثير من الملاك وتصل نســبته إلى ٥٤،٣ % من حجم العينة وتتراوح أسعاره إلى قسمين ٤٥،٧% الأول سعره ٢٠٠ إلى ٣٠٠ ريـــال والـــباقي ٨،٦ % تصـــل أســـعارها من ٣٠١ إلى ٤٠٠ ريال. والكميـــات المتاحة فنجدها تتراوح بين ٣٠٠ إلى ٣٠٠٠ رأس لكل حظيرة من الحظائر التي تعرضها على الحجاج.

النوع الآخر من المواشي هي الخرفان ولها عدة أنواع كالنعيمي والسواكي والحرى والتركي والسوري والنجدي وغيرها . ونجد أن اكثر الأنواع المتوفرة لديهم هي البربري والحري. حيث نجد أن ما نسبته ٤٠% من حجم العينة يتوفر لديهم البربري أما أسعارها فما نسبته ٢٦% منهم تكون الأسعار لديهم ما بين ٢٠٠الى٣٠٠ريال وفي المقابل الباقي ومـــا نسبة ١٤ % تتراوح أسعارها بين ٣٠١ إلى ٤٠٠ريال .ويأتي بعد ذلك في الترتيب مـــن حيث أعداد الحظائر الموفرة الحري وتبلغ بنسبة الحظائر ٣٧،١ % من حجم العينة وتقســـم حسب فئات السعر بنسبة ١٤،٣% منهم تتراوح أسعارها ما بين ٢٠٠الى٣٠٠ ريـــال وما نسبته ١٧ % تتراوح الأسعار لديهم ما بين ٣٠١الى٤٠٠ريال وأما الذين تـــتراوح لديهـــم الأســـعار بين ٤٠١الى٥٠٠ريال فنسبتهم تصل إلى ٥،٧ % وتتراوح الكميـــات المعروضة لدى الملاك (المستأجرين) من الخرفان الحري ما بين ٧٠ إلى ٢٠٠٠ رأس .

وأخيرا نجد الخرفان النجدية متوفرة لدى بعض الحظائر ولكن بكميات قليلة وتصل نســـبة الحظائـــر إلى ٢،٩% من حجم العينة ويتراوح سعرها ما بين ٤٠١الى٥٠٠ ريال والكمية المتاحة لديهم تصل إلى ٥٠٠ رأس . وهنالك نسبة ٢٠% من حجم العينة امتنعوا عن الإجابة أو التعاون في بعض المعلومات.

٢,١,٢ نسبة امتلاك الاحواش ومساحاها .

لإمكانيـــة توفـــير الذبائح أول بأول يجب توفير مساحة قريبة من الحظائر وذلك لوضع المواشي التابعة لهم حتى يمكن تلبية طلبات الحجاج بأسرع وقت ممكن وبأقل تكلفة وجهـــد ممكـــنان . هذا ونجد أن الإجابات كانت عكس المتوقع حيث أجاب ما نسبته ٧٧،١% مـــن حجـــم العيـــنة بأهم لا يملكون أحواش قريبة للحظائر وأما من يمتلكون الاحواش فتقدر نسبتهم بحوالي ١٤،٣% فقط وذلك من حجم العينة ونرى أن مساحاها تتراوح ١٢٠٠م٢الى٦٠٠م٢ . وهنالك نسبة ٨،٦% من حجم العينة امتنعوا عن الإجابة انظر إلى الجدول رقم(٢).

٢,١,٣ عدد الحظائر الموجودة في مكة والمستأجرة

الملاحظ ومن الجدول رقم (٣) أن ما يقارب من ٥٧،٢ % من حجم العينة توجد لديهـــم حظيرة أو أكثر وبموقع أو اكثر من موقع (وذلك في عدة أماكن متفرقة بعيدة عن المشاعر) بل ويلاحظ أن الهدف من وجود الحظائر هو القيام بتربية المواشي ورعايتها فيها ممـــا يعكس بعد إضافي تقوم عليه المنافسة وتعتبر العملية امتداد أفقي لها. في حين نجد أن ٣١،٤ % من المالكين للحظائر يوجد لديهم موقع واحد فقط حيث يتمركزوا في أماكن عـــدة منها العسيلة والشرائع والمجزرة .ونرى أن مساحاها تتفاوت بين ٢٠٠الى٢٠٠٠م٢ لكـــل حظيرة . بينما نجد أن نسبة ١٤،٣% من ملاك الحظائر يملكون موقعين في أماكن عـــدة منها المعيصم والشرائع والعليلة ومساحاها تكون ١٠٠م٢ ,٢٠٠م٢ , ٢٠٠٠م٢ , ٣٠٠٠م٢.

وبالنسبة للذين يملكون ثلاثة مواقع أو أربعة مواقع فنجد أن نسبتهم تصل إلى ٢،٩ % مـــن ملاك الحظائر ونجد أن مواقعها بالطائف والشرائع .أما الذين يملكون ستة مواقع للحظائر فتصل النسبة إلى ٥،٧ % من الملاك أما مواقعها بالعوالي أو عسير . وأخيرا نجد أن ما نسبته ٤٢،٨ % من حجم العينة لا توجد لديهم حظائر .

٢,١,٤ توافر خدمات الذبح للحاج وتكاليفها:

إن الهدف الرئيسي لملاك الحظائر (المستأجرين) هو توفير الذبائح للحاج، ولكن لا يقدموا خدمات للحجاج كالقيام بعملية الذبح. وما نلاحظ من الجدول رقم (٤) بأنهم لا يقوموا بتوفير خدمات الذبح وبنسبة ٩٤،٢ في المائة من العينة. ويمكن أن يعود ذلك إلى انخفاض عائد الذبح أو عدم توفر جزارين متخصصين أو عدم توفر مكان جيد للذبح واحتياجهم للترخيص من البلدية في ظل عدم تواجد تنظيم ورخص لمن يقدموا هذه الخدمة. فقط نسبة صغيرة ٢،٩ في المائة تقدم خدمة الذبح وامتنع ٢،٩ في المائة عن الإجابة.

٢,١,٥ التعاون مع مشروع المملكة:

مشـــروع الإفادة يهدف لتقديم خدمات للحاج وتوفير احتياجه بأقل سعر ممكن وبدون ربح ويعتمد على الموردين في توفير احتياجاته من الذبائح، في حين تهدف المنافسة لـــتحقيق الربح من خلال توريد أو تربية المواشي. لذلك نجد أن الموافقة على التعاون مع مشـــروع المملكة سيكون في إطار يخدم مصالحهم ولا يتعارض مع هدفهم الرئيسي الربح لـــتواجد تكامل بين الطرفين. وبالنظر في الجدول رقم (٥) نرى أن نسبة كبيرة من الملاك وتصل نسبتهم إلى ٦٥،٧ % من حجم العينة لديهم الرغبة في التعاون مع مشروع المملكة للإفـــادة مـــن لحـــوم الهدى والأضاحي. بينما نجد أن نسبة ١٧،١ % من حجم العينة يرفضون التعاون مع المشروع وذلك لأسباب عدة منها عدم تعاون المشروع معهم أساسا في عملية الذبح ولا يقوم المشروع بالذبح في أيام التشريق علاوة على أنهم يعتبروا المشروع منافســـا خطرا عليهم وأستهدف محاربتهم وقطع رزقهم. وأمتنع ما نسبتهم ١٧،١% من العينة عن الإجابة على هذا السؤال.

٢,١,٦ تأثير وجود مشروع المملكة:

يعتبر وجود مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدى والأضاحي مؤثر على الملاك ومـــن ثلاث نواحي هي: أولا يؤثر على حجم العمل المتوفر لهم وثانيا إن المشروع مفيد للمســـلمين لـــو أعطوا فرصة للتعاون معه وثالثا إن المشروع مرتب لعملية الذبح وافضل

ولكـــن المطـــلوب التعاون معه. من خلال الجدول رقم (٦) نجد أن ٧٤،٣ % يرون أن المشـــروع أثر سلبا على حجم أعمالهم ويرى فقط ٨،٦ % من العينة يرون أن للمشروع فائدة للمسلمين (عدم الرضا عن المشروع مرتفع هنا من خلال عدد من أجابوا) في حين يـــري ٨،٦ % أن المشروع مؤثر من جميع النواحي وأنه مفيد للمسلمين ومرتب لعملية الذبح وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٨،٦ %.

٢،١،٧ صيغ التعاون مع المشروع

نجـــد أن ما نسبته ٦٦% من حجم العينة يرغبون في التعاون مع المشروع ولكن بصيغة تحكم التعاون فيما بينهم بحيث يمكن تلافي الاختلافات.

وقد تم تحديد عدد من الصيغ التي يمكن التعاون من خلالها في التالي:

١. توريد الأغنام والخرفان للمشروع.
٢. بيع الخرفان للحاج وتذبح للمشروع.
٣. البيع من خلال المشروع مع تحمل كلفة الذبح ووضعها مع السعر.

هـــذا وقـــد تم أخذ آرائهم حول أفضل الصيغ للتعامل معهم ومن خلال الجدول رقـــم(٧) نجد أن ما نسبته ٢٢،٩% من حجم العينة يرون البيع من خلال المشروع مع تحمـــل كـــلفة الذبح ووضعها في السعر كصيغة مناسبة للتعاون مع المشروع.بينما يفضل ١٧،١% مـــن العيـــنة توريد الأغنام وخرفان المشروع. ويفضل ما نسبته ١٤،٣ % من العينة أن يتحول المشروع لشركة مساهمة ويتملكوا فيها. ويفضل ٨،٦ % من العينة على بيـــع الخرفان للحاج وبدوره يذبح في المشروع. ويري ٨،٦ % التوريد للمشروع والبيع لـــلحاج لـــلذبح في المشروع. وتري نسبة ٥،٧ % من العينة البيع للحاج أو من خلال المشـــروع مـــع تحميل الثمن كلفة البيع. وترك ٢،٨% من الملاك اختيار صيغة التعاون للمشروع في حين امتنع ٢٠ % عن الإجابة.

٢،٢ كبار تجار المواشي:

تـــتكون ســـوق الأغنام والخرفان (المواشي) في المملكة العربية السعودية من فئتين رئيسية من المتعاملين في السوق الأولى هى مجموعة من صغار المربيين أو أفراد يقوموا بتربية

أنواع محددة لهذا الغرض طول العام علاوة على حصولهم على جزء من احتياجهم من الفئة الثانية وسبق وتناولنا توجهاتهم في الجزء السابق. ويدخل ضمن الفئة الأولى الشركات الزراعية المساهمة ولكن إنتاجها يوجه للسوق الاستهلاكية وليس للحج لارتفاع قيم خرفانها. والفئة الثانية وهي المحتكرة والأكبر قوة وتأثير في السوق وهم الموردين كبار التجار (المستوردين). وترتكز السوق على تربية نوعين من المواشي (تستورد أو تربي) النوع الفاخر مرتفع الثمن والذي لا يصلح للأضاحي والنوع الثاني متوسط الثمن (أغنام محليا تربي أو خرفان استيراد) مثل شركة المواشي والنويصر وشركتان متوسطة. وتعتبر هذه السوق شبه احتكارية يحدد الأسعار والكميات فيها أربعة شركات ومؤسسات. وليس من السهولة توسعهم أو دخول المنافسة تجاههم نظراً للإمكانيات من الأصول المطلوبة للدخول في هذا المجال. يضاف لها حكر الاستيراد عليهم دون فتحه للدول الإسلامية القادرة على التوريد والمنافسة مثل تركيا وسوريا ودول المغرب العربي والسودان وغيرهم.

ولم يهتم البنك الإسلامي للتنمية فسح المجال لصغار المربين والتجار المنافسة حيث يتم حكرها بسبب المناقصة وعرض الأسعار وتامين الكميات على الكبار فقط. الأمر الذي جعل الكبار تسيطر على السعر المفروض على البنك ومن خلال تحويل المنافسة تجاه البنك وصغار المربين والتجار على المستهلك النهائي مع حصر دور البنك الإسلامي في تحديد السعر العام والبيع بسعر أقل لجذب المستهلك الحساس سعرياً أو الراغب في خدمة خاصة كالتأكد من القيام بالذبح لفروقات مذهبية. والمفروض أن يطور البنك عمله وينقل التنافس السعري لسوق الموردين (كبار التجار) من خلال توجيه صغار التجار والتعامل معهم مباشرة. وحالياً يعتبر السوق الحالي المغلق عالمياً والمفتوح لكبار التجار والموردين السعوديين نوع من المحتكر والمؤثر سلباً على القدرة على المنافسة والمعطل لرسالة البنك فيما يختص بالتسويق للمشروع من خلال الذبح وإيصال الذبائح لمستحقيها. ويتطلب الأمر من البنك تغيير الاستراتيجية الحالية وتطوير استراتيجية جديدة لزعزعة التركيبة الحالية وتطوير تركيبة جديدة من خلال احتواء المنافسة ونقل التنافس إلى سوق الموردين وكبار التجار وتكوين نوع من المنافسة فيه.

٢,٣ أطراف أخري:

الجمعيات الدينية المحلية الخاصة بدول الحاج وترتكز في الحجاج الماليزيين ويمكن التغلب عليهم من خلال الإفادة والتركيز على الشرط الأساسي بعدم جواز ولا يجزئ للحاج أن يذبح خارج الحرم وأن الفائض هو الذي ينقل للخارج والقيام الحالي بالذبح خارجاً فيه كسر جزء من الشريعة التي اشترطت أن يساق الذبح إلى المشعر الحرام ويذبح هناك ويتم ذلك من خلال الأدلة المطولة هنا والمنشورات في جزء تكون الإستراتيجيات.

٢,٤ مجزرة الجمال

أسلوب عملها الحالي يعتمد على تأجير مواقع للتجار ويتعامل المستهلك مباشرة مع التاجر. وتقدم خدمة الذبح فقط من قبل البنك الإسلامي وبتكلفة مرتفعة. وهناك ملاحظات وسلبيات على الرغم من أن هذا النوع من التشغيل يعتبر الأفضل من حيث إتاحة الفرصة للمستهلك في اختيار الذبيحة وشرائها مباشرة ثم ذبحها. وهو اتجاه ينظر له على أنه التوجه الصحيح. والاستفادة من السلبيات وترك عملية المنافسة الحرة بعد هام لخدمة المستهلك يجب أخذه في الاعتبار.

أولا: التعامل مع المنافسة والسعر: إيجار بعض الأشخاص لعدد من الحظائر أو الأحواش وتأجيرها من الباطن لمن يرغب في استخدامها كمنافذ للبيع بأسعار أعلى من القيمة الايجارية التي يحددها البنك. الوضع الذي سينعكس على الحاج والاقتصاد الخاص بالقائمين على توفير المنتجات.

ثانيا: التعامل مع المنتجات: إساءة معاملة الحيوانات أثناء نقل الحيوانات إلى الحظائر أو نقلها إلى المجزرة وأهم مظاهر الإساءة هي ضرب الحيوانات بقسوة وربطها بسلك لسحبها إلى المجزرة. وهروب الحيوانات خارج الحظائر مما يعرض الحجاج للمخاطر وكذلك الحركة الخاصة بالسيارات التي تنقل العاملين أو المقيمين في المجزرة.

ثالثا: هدف آلبنك والمشروع: وجود قطع كبيره من اللحم ملقاة في أماكن متفرقة حول المجزرة أو قرب الأحواش بصورة تبتعد عن هدف البنك حول الاستفادة من اللحوم للفقراء ونظافة البيئة.

رابعًـــا: سلوكيات العاملين: تدخين موظفي الأمن على باب المجزرة ويتصاعد الدخان في وجـــه الحاج الذي يسأل ويستفسر علن أعمال الذبح وخلافه. عملية السلخ الآلي مما لا شـــك فيه توفر الوقت ولكنها تؤدي إلى تمزيق جلد الحيوان الذي يمكن أن يستخدم بعد ذلـــك في المصـــنوعات الجلدية وهذا التمزيق يقصر استخدام الجلود على صناعات مثل صـــناعة الأحذيـــة مثلاً. العمل خلال هذه الفترة (الحج) مرهق جداً للجزارين والأطباء الـــبيطريين ومبررات ذلك هو الضغط الكبير ولكم الكبير من الذبائح. ولاحظنا في صباح يـــوم الـــثاني عشر تجمع أعداد كبيرة من وكلاء الحجاج على باب إدارة البنك يطالبون بمقابـــلة رئيس البنك ويمنعهم من الدخول (موظف الأمن والسلامة بالإضافة إلى جندي) ويطالـــبون بجزء من ذبائحهم بحجة أنهم وكلاء عن حجاج اشتروا من ٧-١٠ بقرات أو جمـــل ولم يـــأخذوا شيئاً من ذبيحتهم أو حتى كبد وأنهم رأوا بأم أعينهم أنها توضع في بـــرادات أو توزع على الأفارقة ثم يرمونها ولا يعطون الوكلاء شيئاً منها وأنهم متضايقون مـــن هـــذه العملية. وقد أفاد بعضهم بأن فيما معناه أن قوات المجاهدين تطردهم بالعصي لإبعـــادهم عن المجزرة وبقسوة شديدة وسوء تعامل. وبكلامنا مع موظف الأمن الخاصة بالبـــنك أفـــاد بأنهم قد بلغو المسئولين في البنك ولم يعبئوا لهم وأن هذه الزحمة أمام باب الجمال فقط.

٢,٥ النتائج:

المنافســـة غـــير مـــنظمة والسيطرة حالياً تتم من قبل كبار تجار المواشي في حين يسترشـــد الصغار بتسعير البنك الذي لا يهدف للربح وإنما لرسالة تهدف للاستفادة من لحوم الأضاحي والتحليل يركز بالتالي على تكوين وتطوير استراتيجية جديدة هي احتواء المنافسة ونقلها تجاه كبار تجار المواشي.

٣ تحليل المستهلك:

ونقصد بالمستهلك هنا الحاج والراغب في أداء نسكه من خلال ذبح الهدى أو التصدق بلحوم الذبيحة لفقراء الحرم أو فقراء المسلمين. وقد يكون الحاج فردا أو يمثل مجموعة كالوكيل عن مجموعة من الحجاج لاستلام جزء من الذبائح كما يتم حاليا مع البنك الإسلامي للتنمية. وسيتم التركيز هنا على المستهلك (الحاج كفرد والوكيل) للحصول على المعلومات عنه وعن تعامله مع المشروع ومدى درايته ومعرفته به.

٣,١ جمع المعلومة قبل وبعد الحج:

وسيتم جمع المعلومات **قبل وإثناء أداء الحج وبعد الانتهاء من أداء الحج** بهدف التعرف على مدى تواجد ما يغير وجهة النظر أو زيادة المعرفة عن المشروع أو الدوافع التي تجذبه للتعامل مع المشروع تمهيدا لبناء الاستراتيجية التسويقية للمشروع وجدوى التركيز الداخلي والخارجي. وسيساعد في حالة عدم وجود فرق في تصرفات ورؤيا الحاج **قبل وبعد الحج** على الحكم على عقم الوظائف الحالية التسويقية في إقناع أو تغيير رأي الحاج حول الذبح في المشروع من عدمه.

٣,٢ طرق جمع المعلومات:

سنعتمد في جمع المعلومات عن المستهلك (الحاج والوكيل) على ثلاثة أدوات الاستبيان (والذي سيتم استخدام نموذجين ليعكسا الوضع حول وقت دخول المستهلك للملكة العربية السعودية وبقائه حتى الحج) وعلى المقابلة الشخصية وعلى أسلوب البحث النوعي.

٣,٢,١ أنواع أدوات جمع البيانات:

تم استخدام أسلوبين لجمع المعلومات الأول هو الاستبيان والمقابلة الشخصية والثاني هو البحث النوعي. حيث ركزت المرحلة الأولى من الدراسة على تطوير الاستبيانات الخاصة بجمع البيانات وهي موجهة لثلاث فئات تمثل أطراف العلاقة في المشروع وهم الحجاج والمنافسة والوكلاء. وتم تدريب المساعدين على جمع المعلومات علاوة على كيفية إجراء البحث النوعي لفرد واحد فقط. في حين تم من خلال المرحلة الثانية جمع المعلومات إثناء موسم الحج وقام مركز أبحاث الحج بتفريغها وتم استبعاد بعض الاستمارات التي لا تفي بالشروط وخاصة كونها متضاربة في الرأي.

٣,٢,٢ العينة:

تم جمع البيانات وتوزيع الاستمارات لنوعين من الأفراد الحاج كفرد عادي وتم جمع عينة كبيرة وتحوي كافة الجنسيات والوكلاء كطرف ممثل لمجموعة من خلال التواجد في المجازر وقت تسلمهم لجزء من الهدى وتوزيع الاستمارات عليهم.

٣,٢,٢,١ أولا : الحاج:

لتحقيق أغراض الدراسة فقد تم تقسيم الحجاج إلى مجموعتين: الأولى وهى التي تبدأ من لحظة دخول الحاج إلى السعودية والثانية أثناء أداؤه لنسك الحج وبعد الانتهاء منه أيضاً. وعادة ما يتم تفاعل الحاج مع المشروع في المرحلة الثانية ويتخذ فيها القرار حول الذبح في المشروع من عدمه. والهدف بالتالي من توزيع الاستمارات قبل هو التعرف على مدى معرفة وإدراك الحاج بوجود المشروع وأهداف المشروع (وبعض المعلومات الأخرى ذات العلاقة) عند قدومه من بلده. والهدف من توزيع الاستمارات في المرحلة الثانية والثالثة من أداء النسك هو التعرف على القرار المتخذ ومؤثراته. وقد تم ترجمة الاستمارات للمراحل الثلاث إلى ثماني لغات هي التركية والفارسية والأوردو والفرنسية والإنجليزية والبنغالية والاوزبكية والملايو. وتمت تعبئة الاستمارات تحت إشراف ومتابعة طلاب يجيدون هذه اللغات بهدف مساعدة الحجاج الذين لا يجيدون القراءة والكتابة.

الجدول رقم: (٨)

عدد الاستمارات التي تمت تعبئتها في مكة (المرحة الأولى)قبل الحج

اللغة	العدد الكلي	مكة (قبل الحج)		
		مراكز التفويج	ساحات الحرم	المجمع السكني
العربية	٢٨٢	٧٠	٧	١٩٥
الإنجليزية	١٢٩	٠	٢٨	١٠١
الفرنسية	١٥٢	٠	٥٦	٩٦
الأوردية	١٣٥	٣	٠	١٣٢
البنغالية	١٢٩	٠	٠	١٢٩
الطاجيكية	٩٨	٠	٠	٩٨
الفارسية	١٧٧	٢	٧٣	١٠٢
الملاوية	١٢٨	٣٣	٢٩	٦٦
التركية	٦٦	٠	٠	٦٦
الإجمالي	١٢٨٦	١٠٨	١٩٣	٩٨٥

ونستعرض من خلال الجدول رقم: (٨) استمارات الحجاج التي تم جمعها قبل الحج وللفترة الأولى والتي بلغت ١٢٨٦ استمارة. حيث تم في هذه الفترة جمع الاستمارات من مراكز التفويج وساحات الحرم وأماكن سكن الحجاج. وبلغ عدد الاستمارات كتالي:

- ١٨٠ استمارة جمعت في مراكز تفويج الحجاج
- ١٩٣ استمارة جمعت في ساحات الحرم
- ٩٨٥ استمارة جمعت في أماكن سكن الحجاج

وتم تغطية ٩ لغآت يتحدث بها الحجاج.

الجدول رقم: (٩)

عدد الاستمارات التي تمت تعبئتها في منى (المرحلة الثانية)أثناء الحج

اللغة	العدد الكلي	منى في أثناء الحج	
		المجازر	السكن
العربية	٦٦٧	٣٠	٦٣٧
الإنجليزية	٣٢٨	١٣	٣١٥
الفرنسية	٧١	٤٠	١٠٨
الأوردية	٢٢٩	٧٠	١٥٩
البنغالية	١٤٢	٤٤	٩٨
الطاجيكية	١٨٦	٦	١٨٠
الفارسية	٢٤٤	٣٦	٢٠٨
الملاوية	٣٥١	٥٥	٢٩٦
التركية	٢٣٣	٠	٢٣٣
الإجمالي	٢٥٢٨	٢٩٤	٢٢٣٤

ويحتوي الجدول رقم: (٩) على استمارات الحجاج التي تم جمعها في منى أثناء موسم الحج وبـلغت ٢٥٢٨ استمارة. حيث تم جمعها في موقعين هما، المجازر وأماكن سكن الحجاج.

وبلغ عدد الاستمارات كتالي:

- ٢٩٤ استمارة جمعت حول المجازر البديلة (ليست مجازر المشروع)
- ٢٢٣٤ استمارة جمعت في أماكن سكن الحجاج في منى

وتم هنا تغطية تسع لغات.

الجدول رقم: (١٠)

عدد الاستمارات التي تمت تعبئتها في مكة (المرحلة الثالثة) بعد الحج

اللغة	العدد الكلي	مكة (بعد الحج)	
		الحرم	السكن
العربية	٠	٠	٠
الإنجليزية	٠	٠	٠
الفرنسية	٤٩	٤٩	٠
الأوردية	٤٩	٤٩	٠
البنغالية	٢٥	٠	٢٥
الطاجيكية		٧	٣٢
الفارسية		٣٨	٤٧
الملاوية	٣١	٢٢	٩
التركية	١١٦	٥٢	٦٤
الإجمالي	٣٩٤	٢١٧	١٧٧

ويحتوي الجدول رقم: (١٠) على استمارات الحجاج التي تم جمعها في مكة المكرمة وبعد انتهاء موسم الحج وبلغت ٣٩٤ استمارة لاستكمال أعداد الحجاج للمرحلة الثانية. وتم جمعها حول الحرم وفي أماكن سكن الحجاج. وكان توزيع الاستمارات على النحو التالي:

- ١٧٧ استمارة حول الحرم
- ٢١٧ استمارة في مناطق سكن الحجاج.

وتم تغطية خمسة لغات في هذه المرحلة.

الجدول رقم: (١١)

أماكن تجميع الاستمارات في مكة المكرمة ومنى

اللغة	العدد الكلي	إنتاجية الفرد	مكة (قبل الحج)			مكة (بعد الحج)		منى في أثناء الحج	
			التفويج	الحرم	السكن	الحرم	السكن	المجازر	السكن
العربية	٩٣٩	٢٣٥	٧٠	٧	١٩٥	٠	٠	٣٠	٦٣٧
الإنجليزية	٤٥٧	٢٢٨	٠	٢٨	١٠١	٠	٠	١٣	٣١٥
الفرنسية	٣٤٩	١٥٠	٠	٥٦	٩٦	٤٩	٠	٤٠	١٠٨
الأوردية	٤١٣	١٨٢	٣	٠	١٣٢	٤٩	٠	٧٠	١٥٩
البنغالية	٢٩٦	١٤٨	٠	٠	١٢٩	٠	٢٥	٤٤	٩٨
الطاجيكية	٣٢٣	٣٢٣	٠	٠	٩٨	٧	٣٢	٦	١٨٠
الفارسية	٥٠٦	٢٥٣	٢	٧٣	١٠٢	٣٨	٤٧	٣٦	٢٠٨
الملاوية	٥١٠	٢٥٥	٣٣	٢٩	٦٦	٢٢	٩	٥٥	٢٩٦
التركية	٣٥١	١٧٥	٠	٠	٦٦	٥٢	٦٤	٠	٢٣٣
الإجمالي	٤٢٠٨		١٠٨	١٩٣	٩٨٥	٢١٧	١٧٧	٢٩٤	٢٢٣٤

وتم تجميع هذه الاستمارات في الجدول رقم: (١١) ليعطينا صورة شاملة للوضع حيث تم جمع ٤٢٠٨ استمارة وبحجم يعكس أعداد الحجاج الوافدة حسب اللغات التي تتحدثها مجموعة الحجاج.

كما تم من خلالها أيضاً عمل بعض المقابلات مع بعض مجموعة من الحجاج وبعض الوكلاء وتم بالتالي أخذ معلومات إضافية وأعمق من السابقة وبتفاصيل أكبر ولها صلة مباشرة بسلوكيات الذبح. وستساعد على إلقاء الضوء على بعض التصرفات والسلوكيات التي تتم حالياً تجاه الذبح في المشروع وخارجه، فضلاً عن بعض الاقتراحات التطويرية للمشروع.

٣,٢,٢,٢ ثانيا الوكلاء:

وهنا يمثل الوكيل ما مجموعه عشرة أفراد وأكثر من المستخدمين للمشروع وبالتالي يعتبر ١٤ فرد الذين تم جمع الاستمارات عنهم يمثلوا وسيؤثروا على ١٤٠ شخص على الأقل ونتائجهم ستدعم نتائج الدراسة. وهم تقريبا الذين كانوا متواجدين وقت الذبح وفي صباح يوم ١٠ و١١ من ذي الحجة.

٣,٣ نتائج المستهلك (الوكلاء):

الوكلاء وهو مصطلح ناجم من تنظيم قام به البنك حتى يقوم بتسليم مجموعة من الأفراد ذبيحة من الذبائح الكلية حتى يستفيدوا منها. وبالتالي هناك شخص يتسلم ذبيحة عن عشر ذبائح بموجب كوبون (توكيل محدد) وله الحق في حضور الذبح. ويعتبر الوكيل شخص مؤثر على من وكله ورجوعه بوجه نظر سلبية عن المشروع قد تؤثر على الموكلين وعلى الحجاج القادمين من نفس البلد لأنه وحسب النتائج يعتبر سماع ونصح من حج سابقا مؤثر على قرار من يليه ولذلك تم توجيه استمارات لهم وطلب منهم معرفة رأيهم مع ترك المجال لهم لإضافة ما يرونه مناسبا من أراء. وقد قاموا بإعطائنا معلومات من خلال الاستبيان الذي قدم لهم والذي يشمل آرائهم بما يتعلق بمناسك الحج الذي يؤدونه كذلك عن ذبائح الهدى والأضاحي. كما تم قياس مدى معرفتهم بمشروع المملكة للافاده من لحوم الهدى والأضاحي وعن أعمال المشروع وشرعيته .

تمت هده الدراسة على ١٤ وكيلا من الحجاج (كل واحد يمثل أكثر من ١٠ أفراد منهم ٧ من الجنسية التركية و٤ من الجنسية الفلسطينية وواحد من الجنسية المصرية واثنان لم تحدد جنسياتهم . وهذا تقريبا يعكس الجنسيات التي تتعامل حاليا مع المشروع يضاف لهم حجاج الداخل السعوديين وكما سنرى نجد أن هناك نوع من الغياب التوعوي للحجاج حول تواجد المشروع.

وحول كون العينة أن معظم أفراد العينة من الحجاج غير المقيمين بنسبة ٥٦ % بينما كانت نسبة المقيمين ٧ % وفي المقابل امتنع عن ألا جابه ٣٦ %. ويبلغ متوسط أعمار أفراد العينة بين ٣٥ سنه الى٤٦ سنه انظر جدول (١٢) وجدول (١٧). مما يعكس تركيبة الحجاج حسب ما سنرى فيما بعد وعند تحليل الحاج الفردي.

الجدول رقم(١٧ب) توزيع العينة

الجنسية	التكرار	النسبة%
تركي	٧	,٥٠
فلسطيني	٤	,٢٩
مصري	١	,٧
غير معروف	٢	,١٤

وعـــلى مستوى التعليم فنلاحظ أن ما نسبته ٣٥%من حجم العينة حاصلين على شـــهادات جامعيـــه ومقابل ٣٥% لديهم المستوى ثانوي أما الحاصلون على الإعدادي فنسبتهم ٧% ولم يجيبوا نجد أن نسبتهم ٢١%من العينة انظر جدول(١٣). الأمر الذي يعكـــس عمق المعرفة والإدراك والوعي لدي الوكلاء حسب العينة الصغيرة (عشوائية في توقيت أخذها).

بالنسبة لمرات الحج فهي كما يلي نسبة ٢١% منهم حجوا لأول مره ونسبة منهم ٢١% حجـــوا اكـــثر من ثلاث مرات أما الذين حجوا لأول مره فبنسبة ١٤% وأيضا نفس النسبة ١٤% للذين حجوا مرتين أما الذين حجوا لأكثر من خمس مرات فبنسبة ٧ % وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٢١% من أفراد العينة انظر جدول (١٦) .

وعـــن وسائل النقل التي قدم الحجاج بها إلى الأراضي المقدسة فيبلغ نسبة ٥٠ % قدموا بالطائرة و ٢٩ % استخدموا النقل برا بينما نسبة منهم٢١ % امتنعوا عن الإجابة انظـــر جدول (١٤). جهات العمل التي يعمل بها أفراد العينة فيلاحظ أن القطاع الخاص يحظـــى بالنسبة الأعلى ٣٥ % بينما الأعمال الشخصية تأتي بعدها وذلك بنسبة ٢٩ % بينما ٢١ % يعملون بالقطاع الحكومي وامتنع عن الإجابة ما نسبته ١٤ % انظر جدول (١٥). هده نبذه موجزه عن أفراد العينة والتي تمت الدراسة عليهم.

٣,٣,١ أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت.

أن اكـــثر أنـــواع الحـــج شيوعا في أوساط الحجاج هو التمتع بنسبة ٧١ % من الحجاج بينما هنالك نسبة ٧ % من الحجاج مفردين ويلاحظ أن ما نسبته ٢١ % منهم

الجدول رقم(١٧ب) توزيع العينة

الجنسية	التكرار	النسبة%
تركي	٧	,٥٠
فلسطيني	٤	,٢٩
مصري	١	,٧
غير معروف	٢	,١٤

وعـــلى مستوى التعليم فنلاحظ أن ما نسبته ٣٥%من حجم العينة حاصلين على شـــهادات جامعيـــه ومقابل ٣٥% لديهم المستوى ثانوي أما الحاصلون على الإعدادي فنسبتهم ٧% و لم يجيبوا نجد أن نسبتهم ٢١%من العينة انظر جدول(١٣). الأمر الذي يعكـــس عمق المعرفة والإدراك والوعي لدي الوكلاء حسب العينة الصغيرة (عشوائية في توقيت أخذها).

بالنسبة لمرات الحج فهي كما يلي نسبة ٢١% منهم حجوا لأول مره ونسبة منهم ٢١% حجـــوا اكـــثر من ثلاث مرات أما الذين حجوا لأول مره فبنسبة ١٤% وأيضا نفس النسبة ١٤% للذين حجوا مرتين أما الذين حجوا لأكثر من خمس مرات فبنسبة ٧ % وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٢١% من أفراد العينة انظر جدول (١٦) .

وعـــن وسائل النقل التي قدم الحجاج بها إلى الأراضي المقدسة فيبلغ نسبة ٥٠ % قدموا بالطائرة و ٢٩ % استخدموا النقل برا بينما نسبة منهم٢١ % امتنعوا عن الإجابة انظـــر جدول (١٤). جهات العمل التي يعمل بها أفراد العينة فيلاحظ أن القطاع الخاص يحظـــى بالنسبة الأعلى ٣٥ % بينما الأعمال الشخصية تأتي بعدها وذلك بنسبة ٢٩ % بينما ٢١ % يعملون بالقطاع الحكومي وامتنع عن الإجابة ما نسبته ١٤ % انظر جدول (١٥). هده نبذه موجزه عن أفراد العينة والتي تمت الدراسة عليهم.

٣,٣,١ أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت.

أن اكـــثر أنـــواع الحـــج شيوعا في أوساط الحجاج هو التمتع بنسبة ٧١ % من الحجاج بينما هنالك نسبة ٧ % من الحجاج مفردين ويلاحظ أن ما نسبته ٢١ % منهم

لا يعرفون أنواع الحج انظر جدول رقم(١٨). أما اكثر أنواع الذبائح التي تمارس في الحج فهو الهدى بنسبة كبيره تقدر بـــ ٩٣ % بينما نسبة ٧ % ذبائح الفدو انظر جدول رقم (٢١) .

٣,٣,٢ عملية شراء الذبائح وأماكن ذبحها .

يتم شراء الذبائح من أماكن متعددة كالباعة المتجولين أو من المجزرة أو من خلال مشروع المملكة للافاده من لحوم الهدي والأضاحي(بنك التنمية الإسلامي) أو من جهات مختصة أخرى لبيع الذبائح .

وقـــد لوحـــظ من عملية الاستبيان أن هنالك نسبة ٤٣ % يقومون بالشراء من المجـــزرة وأيضـــا نفـــس النسبة ٤٣% فيقومون بعملية الشراء من مصادر أخرى مختلفة (الكوبونـــات - المشروع - بنك الراجحي ...) وقد امتنع عن الإجابة ما نسبته ١٤ % انظـــر جدول رقم (٢٠). أن عملية شراء الذبائح لها مصادر مختلفة كالشراء شخصيا أو بواســـطة قـــريب أو يقوم بذلك المطوف أو رئيس البعثة أو من خلال مشروع الافاده أو بواســـطة حاج آخر أو غير ذلك. وحسب إجابات الوكلاء نجد أن ٣٦ % من الحجاج يعتمدون على رئيس البعثة (الأتراك) وأيضا نفس النسبة ٣٦ % بواسطة مشروع المملكة للافاده من لحوم الهدي والأضاحي بينما ٢١ % يقومون بعملية الشراء بأنفسهم أما ٧ % فبواسطة حجاج آخرون جدول رقم (٢٢). وهنالك إجماع من قبل أفراد العينة بان من يقـــوم بعملية ذبح الذبائح هو مشروع المملكة للافاده. أما مدى الاستفادة الشخصية من الذبائح فهنالك ما نسبته ٥٧ % استفادة كليه أما ٤٣ % استفادة جزئيه جدول رقم (٣٤). أما مصير الجزء غير المستفاد منه فيلاحظ عدم التحديد لعدم الإجابة بنسبة ٥٧ % أمـــا ١٤ % فيقومون بترك الجزء غير المستفاد منه مكان الذبح أما ما نسبته ٢٩ % فلا يعلمون عنها انظر جدول رقم (٣٥).

٣,٣,٣ التعامل مع مشروع المملكة للافاده من لحوم الهدي والأضاحي

وسنتطرق له من عدة زوايا تدور حول المعرفة بوجود وأعمال وتفضيل التعامل مع المشــروع وسعر الذبائح وأخير رأيهم حول الأعمال التي يقوم بها المشروع. حتى نكون الصورة الكاملة حول المشروع والتعامل معه.

٣,٣,٣,١ المعرفة بوجود المشروع

هــنالك وعي كبير بين الأفراد في معرفة المشروع وتقدر نسبة ٨٦% من الأفراد يعرفون عن المشروع بينما مانسبته٧% لا يعرفون بوجود المشروع وقد امتنع عن الإجابة ما نسبته ٧% انظر جدول رقم(٢٣).

وقــد تمت معرفة المشروع من خلال طرق عديدة كالجرائد والمطويات والمطوفين وبعثات الحج أو من خلال حجاج سبق لهم الحج ويلاحظ أن ما نسبته ٣٥% سمعوا عن المشروع من خلال أقرباء لهم سبق لهم الحج بينما يكون المطوف أو الدليل له التأثير الكبير على الحجاج لتعريفهم بالمشروع وأعماله وهده نقطه مهمة يجب أخذها بعين الاعتبار أما مــا نســبته ١٤% فقد تعرفوا على المشروع من خلال بعثات الحج أما بواسطة الجرائد فنسبتها قليلة ٧% كذلك عن طريق حجاج آخرون مانسبتة٧% وقد امتنع عن الإجابة ما يقدر بـــ ٧% انظر جدول رقم (٢٤).

٣,٣,٣,٢ المعرفة بأعمال المشروع

هــنالك تســأل مــن الحجاج عن الجهة التي تقوم بعملية الذبح وهل هي تراعي المواصفات الشرعية في الذبح فيلاحظ أن ما نسبته ٥٧% يدركون ذلك بينما ٤٣% ليس لديهــم فكــره عن أعمال المشروع والتي يقوم بها انظر إلى الجدول رقم (٢٥). بالنسبة لشــرعية توكيــل المشروع بالنيابة عن الحجاج فنرى أن نسبة ٩٣% يوافقون على هدا الرأي بينما مانتبته٧% يرون عكس ذلك جدول (٢٦).

٣,٣,٣,٣ تفضيل التعامل مع المشروع من عدمه

هنالك ما نسبته ٨٥% تفضل التعامل مع المشروع وذلك لأسباب منها الفتوى في شرعية التوكيل وأيضا السهولة في عملية الذبح وتوصية الأصدقاء وغيرها من مزايا يوفرها المشروع أما ما نسبته ١٥% فلم يجيبوا على هذا السؤال انظر جدول رقم (٢٧).

٣,٣,٣,٤ سعر الذبائح بالمشروع

هنالك نظرات متفاوتة حول سعر الذبائح وهو أن أسعار المشروع عالية بما نسبته(٣٦%) كذلـــك بان أسعار المشروع متقاربة مع المنافسة (٣٦%) وذلك مقارنة بأسعار الغـــير أما نسبة ٧% فتعتبر أن أسعار المشروع اقل من غيرها بينما هناك نسبة ١٤% لا يعـــرفون الأسعار خارج المشروع أما من امتنعوا عن الإجابة فيقدرون بنسبة ٧% انظر جدول رقم (٣١) وهنالك إجماع على أن أسعار الذبائح تقدر بحوالي ٣٥٠ ريال.

٣,٣,٤ الأعمال التي يقوم بها المشروع ويشرف عليها

يلاحظ أن ما نسبته ٢١% من أفراد العينة لا يعتقدون بان الحكومة تشرف على مشروع الإفادة من لحوم الهدي والأضاحي وذلك من خلال بنك التنمية الإسلامي بينما ٧١% يعـــتقدون عكس ذلك أما ٧% فامتنعوا عن الإجابة لعدم معرفتهم انظر جدول (٣٦). ويـــدرك كل الحجاج أن توكيلهم للمشروع نيابة عنهم جائز . فيما يري ما نسبته ٨٦%من العينة أن هيئه شرعيه أجازت توكيل الحاج للمشروع بينما وعلى النقيض ٧% لا يعتقدون ذلك أما ٧% فلم يجيبوا على هذا السؤال حسب الجدول (٣٧).

ومن زاوية مراعاة المواصفات الشرعية من قبل المشروع يدرك ذلك ما نسبته ٧١ % من الحجاج بينما ما يوازي ٧% يشكون بذلك أما ٢٢% فامتنعوا عن الإجابة انظر إلى الجدول رقم (٣٩) . وهنالك مانسبته٧١%من العينة يعلمون أن المشروع يشرف على نقـــل الذبائح ويقوم بتوفير جزارين مختصين أما ما نسبته١٤% فيعترضون على ذلك ولا يعتـــبرونه صـــحيحا أما ما نسبته١٥% فلم يجيبوا عن هذا السؤال جدول (٤١)و(٤٢). ويعتقد ما نسبته٦٤%من العينة بشرعية تذكية الذبائح من قبل المشروع وهنالك مانسبته ٧%مـــنهم لا يوافقوهـــم الرأي بينما لم يجيب مانسبته٢٩% عن مشروعية التذكية أنظر الجدول رقم (٤٣).

هنالك نسبه كبيره تقدر بـــ ٩٣% يوافقون الرأي على أن المشروع ينظم عملية الذبـــح ويتخلص من النفايات بطريقة تحافظ على البيئة أما نسبة٧% فامتنعوا عن الإجابة لعدم معرفتهم جدول رقم (٤٤). وأن ما يقوم به المشروع من أعمال خيريه بتوزيع لحوم الهـــدى والأضـــاحي على فقراء الحرم كذلك على فقراء الدول الإسلامية شيء ملموس ويدركـــه الحجاج بنسبة ٨٦% مع ملاحظة عدم إجابة مانسبته١٤% من حجم العينة انظـــر إلى جداول رقم (٤٥) و (٤٦). هنالك ما نسبته ١٤%من حجم العينة لم يجيبوا عـــلى إجمالي الاسئله عن المشروع نظرا لعدم معرفتهم بأماكن التوزيع ولعدم معرفتهم عن كامل أعمال المشروع.

٣,٤ الاتجاه النوعي:

تم الـــتركيز هـــنا على بعد إضافي للقرب من الحاج وأخذ المعلومة مباشرة لتدعيم النـــتائج السابقة. حيث تم الجلوس مع مجموعة من الحجاج والجلوس معهم ومناقشة كافة القضايا التي تدور حول المشروع والتعامل مع الذبح من خلاله وما هي المحاذير. والهدف هـــنا هـــو تدعـــيم النتائج وليس إثباتها. ومع بعض الحجاج أشار البعض إلى أن مذهبهم يستلزم أنه يجب عليهم أن يذبحوا بعد الرمي وهم لا يعلمون متى سوف يذبح البنك عنهم واســـتحالة أن يبقوا في الإحرام حتى اليوم الرابع. ماذا يدريهم متى تزكت ذبيحته ليطمئن قلـــبه وهل ذبحت حقيقة أم لا. علاوة على أنه يريد أن يأكل من ذبيحته فماذا يعمل لو فـــرض أن البـــنك ذبح عنه إنه يأكل من ذبيحتي المخصصة لي أم من ذبيحة غيره. ويري الحاج أنه من السنة أن يأكل ثلث ويهدي ثلث ويتصدق بثلث وهنا لا يمكنه تحقيق السنة. يضـــيف لها بأن بعض الأغنام والأبقار مخالفة للشروط الشرعية كما رآها البعض. حيث يســـتندوا عـــلى أنه ليس هناك اطمئنان بأن القائمين باللجنة الشرعية تتوفر فيهم الكفاءة العـــلمية والخـــبرة العملية. حيث أن الأموال التي يتقاضوها يمكن أن تجعلهم يتغاضوا عن مخالفات شرعية ويمكن أن تلخص في التالي:

١. لقاء الأموال التي يتقاضونها لأنهم يريدون أن ينتهوا من عملهم بسرعة.

٢. ومع كثرة ما يعرض عليهم يجعلهم لا يهتمون بالملاحظات.

٣. سمعنا (والله أعلم) أن الموظفين يبقون واحد والآخرين يذهبون إلى السكن بعد التوقيع باعتبارهم موظفين مميزين ولا يمكن مسائلتهم خاصة وأن المسؤولين خاضعين للرقابة عليهم.

٤. الأطباء البيطريين أغلبهم من الجنسية المصرية وحسب ما سمعنا والله أعلم أنهم يتقاضون أموالاً من أصحاب الحظائر ورأى بعض أخواني أنهم يجيزوا أغنام وأبقار مريضة واضحة للإنسان العادي للذبح فكيف بالله عليكم تريدوننا أن نذبح عن طريق المشروع. هذه شعيرة كلفتنا وقت ومال فكيف نفرط في هذه الأمور وهي مهمة جداً.

٥. الجزارين لا يسمون ولا يكبرون عند الذبح ولا يدعون حسب الشروط الشرعية في الذبح هذا ما سمعناه ومرروا السكين عدة مرات تقريباً ستة مرات أو سبع مرات حتى يجري الدم ليدعوا البهيمة (نعتقد والله أعلم أنهم غير جزارين وأنهم عينوا بواسطة الواسطة حيث أن أغلبهم وللأسف مصريين)ولا نعلم هل هم مسلمون أم لا.

٦. رأى بعض الوكلاء في مجزرة المعيصم بأنه أذن لصلاة الظهر والعصر والجزارين مستمرين في الذبح وتقريباً ٩٠% منهم لم يصلوا ما هذا هل هم جزارين مسلمين؟ فهل يسلموا ذبائحهم لهم وهم الذين دفعوا علبها أموالاً وتكبدوا العناء لتأدية الشعيرة.

٧. رأى بعض الجزارين أن الموظفين يعطون اللحم بطريقة بدائية (طريقة التكسير) مما يجعل الاستفادة من اللحم غير أمثل وبطريقة تثير التقزز من اللحم. الأولى أن يحضروا جزارين محترفين يفصلون اللحم حسب المفاصل وهذا أ؛سن ويعطى اللحم فائدة في الطبخ والموظفين في مراكز التوزيع يستخدمون سكاكين صغيرة جداً تستغرق منهم وقت طويل وأمامهم طوابير من طالبي اللحم وللأسف يعطون من بيته في جوار المركز (وهذا يعطينا ريبة في ما يلي :

- أن لحوم الهدي والأضاحي لا توزع لمستحقيها الحقيقيين وهذا واضح مثل الشم في كبد السماء ولو أمتنع موظف التوزيع عن إعطاء من أخذ سابقا ما

حصـــل هذا الزحام المصطنع وأتى الفقير مستخدم اللحم للأكل وهذا هو الغرض.

- سمعـــنا والله أعلم أن سماسرة اللحم الذين يبيعون اللحم لمستخدميها للأكل يدفعـــون مالاً لموظفي التوزيع لإعطائهم أكبر كمية من اللحم بل نشك أن يكون موظفي التوزيع شركاء معه السماسرة في هذه التجارة التي لا تكلفهم شـــيء حيث يجنون أرباح طائلة ويتقاضون رواتب من البنك بالإضافة إلى حجهم مجاناً مع البنك.
- يفضل استخدام سكاكين كبيرة ويحبذا كهربائية للحم ومنشار للعظام.
- مراكـــز التوزيع غير كافية وضيقة جداً وليس هناك رقابة حيث يمكن أخذ الـــلحم في مـــا بين مرحلة خروجه من السيارة المثلجة البراد وغرفة التوزيع الضـــيقة وهـــنا يحصل نوع آخر تجارة اللحوم من قبل مسئولي التوزيع مع السماسرة.
- يـــا حبذا لو يكون هناك مراكز توزيع للحوم منتشرة في منى ومكة المكرمة خاصة في الأحياء الفقيرة مثل المسفلة وغيرها .
- وتكـــون هـــذا المراكز في مناطق ذات كثافة عددية من جنسيات الحجاج ذات متوسط الدخل والمنخفض.

وأن تكون الرقابة كما يلي:

- يتم تسليم السيارة المثلجة مثلاً ٢٠٠ رأس من الغنم بموجبه محضر تسليم نم أصـــل وعدة صور ويقع السائق على استلامه في الأصل ويخطط بصورة من التسليم في المركز التسليم موضحا فيه مركز التوزيع بالوقت والتاريخ.
- يقوم السائق بتوصيل الشحنة إلى مركز التوزيع .
- يقـــوم المســـئول عن مركز التوزيع باستلام الشحنة بالعدد ونوع الذبيحة بحضـــور مسئول الرقابة عن التوزيع ويوقع مسئول الرقابة بأن جميع اللوم في الشحنة أدخلت مركز التوزيع.
- يكون دور مسئول الرقابة هو ضمان عدم خروج أي ذبائح من باب غرفة التوزيع وأن التوزيع قد تم من خلال نوافذ التوزيع للطابور من قبل مسئولي

التوزيع مع فصل بين مرجع مسئولي التوزيع وممثلي الرقابة على المركز الذي يكون دوره تسجيل أي ملاحظات على مخالفات التسليم والتوزيع.

- إن توزيـــع مراكـــز التوزيع في أماكن متعددة في منى سيحقق عدة أهداف للمشـــروع وسيساعد على زيادة كمية اللحم الموزعة داخل منطقة الحرم. وبالـــتالي وصول اللحم إلى مستحقيه المباشرين الذي سوف يستخدمونها في الأكل.
- التقـــليل أو الحد من تجارة سماسرة اللحوم الملتفين حول المجازر وخاصة من الفئات التي لا تراعي الشروط الصحية في اللحوم.
- التقـــليل من حدوث حالات التسمم نتيجة تحلل الحم المعرض للشمس من قـــبل سماسرة اللحوم من فك حالات الزحام التي يسببها المتجمعون حول المجزرة مما يسهل عملية الدخول والخروج من المجزرة.
- يساعد على زيادة المحافظة على البيئة حول المجازر مما يسببه سماسرة اللحوم مـــن أخـــذ اللحم وترك كميات من العظام مكشوفة للتعفن نتيجة التحلل العضوي.
- لوحـــظ ترك الأبقار والجمال تجري بين العمال والحجاج والموظفين مما قد يســـبب حوادث للحجاج والعاملين ومنها ما سببته من حالة كسر نتيجة نطـــح ثـــور لعامل نقل على أثرها بالإسعاف إلى المتشفى إن ترك الجمال والأبقار بدون قائد وتجري في الممرات المخصصة للحجاج فيه خطر عظيم عـــلى صحة الحجاج وهناك من حالات هروب لبعض الجمال من مشتريها من الحجاج خارج منطقة المشروع.
- كثرة ما يلاحظ من قيام بعض الجزارين بالتدخين أثناء عملية الذبح في الجرة وهـــذا مخـــالف للشروط الصحية الواجب اتباعها داخل المجزرة الأفضل أن يصدر تعميم عدم التدخين داخل المجزرة أ, عدم استقدام جزارين مدخنين.
- كـــثرة ما يلاحظ أن السيارات من نوع ونيت الحاملة للمخالفات الحيوانية مـــن كـــرش وأوساخ تعباً في الطرقات ما بين المجزرة ومبنى الإدارة وسكن الموظفين والحظائر مكشوفة وهذه سبب تلويث للبيئة وتكون أثناء تنقلها في

طـــرقات المشروع مكشوفة ما يصدر عنها روائح كريهة وما يتساقط عل الطـــرقات مـــن مياه والمخلفات الحيوانية ودماء مما يسبب في وساخة هذه الطرقات.

- الحظائـــر وخاصة حظائر الجمال والأبقار لا تنظف من المخلفات الحيوانية (روث) ونتـــيجة بقائهـــا عـــدة أيام بدون نظافة مع اختلاط الروث بالماء والبرسيم تصدر روائح كريهة تجعل البقاء للحاج أو المرور بين الحظائر أمراً صعباً.
- نســـتخدم هـــذه الطريقة ن قبل المستأجرين لعملية اختصار عملية تسويق بهائمهم من حيث أن صدور هذه الرائحة لا تعطي الحاج الفرصة للمساومة (لا جـــدال في الحج) أو لمعرفة الأسعار بين الحظائر. لاختيرا البهيمة الجيدة ذات السعر المعقول.
- لوحـــظ عدم تغير الأطباء البيطريين بين الحظائر حيث أن الطبيب نفسه في جميـــع الأيـــام يعمل على حظيرة واحدة وهاذ كون نوع من الصداقة بين صـــاحب الحظيرة والطبيب وكذلك موظفين التوزيع خلال أيام التوزيع لا يغـــير توزيعهم بين مراكز التوزيع وهذا ينشى جو تعاقد بينهم والسماسرة الأفضـــل ألا يعمـــل الطبيب البيطري أكثر من فترة في حظيرة واحدة وألا يعمل موظف التوزيع أكثر من يوم واحد في مركز توزيع معين.
- يلاحـــظ عند عقر الجمال عدم ربطها وهذا شوهد في أكثر من موقع مما قد يسبب هيجانها وهي تعقر وتسبب أخطار على الجزارين.
- يحصل تسرب للحوم خاصة في مجزرة الجمال والبقر في مرحلة ما بين المجزرة وسيارة النقل إلى الثلاجة الرئيسية.
- يلاحـــظ تقطيـــع الـــلحم من سماسرة اللحم في داخل المجزرة والمساحات المخصصة للبنك دون أي رقابة أو مسائلة من موظفين البنك.
- لوحظ من مقابلات أصحاب الحظائر في مجزرة البديلة أنهم يقدمون للحجاج أغنام هزيلة ومريضة دون مسألة من المشرفين على رقابة من أمانة العاصمة.

٣,٥ نتائج المستهلك (الحاج):

ســـنتناول من خلال الطرح هنا الاستمارات التي وزعت قبل وبعد الحج والهدف هو التعرف على درجة تأثير تركيز البنك محليا في الدعاية والإعلان وأيضا معرفة مدى إلمام الحـــاج بالمشروع قبل دخوله المملكة العربية السعودية. نظرا لأن هناك اختلاف بين كون الحـــاج لا يعـــرف عن المشروع شئ ومع تواجده في السعودية ومعرفته لنتعرف إن كان هناك فرق أو لا يوجد فرق.

٣,٥,١ قبل الحج:

تم عمـــل الدراســـة على عينة مكونة من ١٢٣٠ شخص من لحجاج منهم ١٧١ مقيم أي ما نسبته ١٣% من المقيمين بينما هنالك ١٠٥٣ قادم من خارج المملكة بنسبة تصل إلي ٧٩,٨% وامتنع عن الإجابة على هذا السؤال ٩٦ شخص ممن شملهم الاستبيان حسب الجدول رقم (٧٧).

وقـــد قام فريق العمل بتوزيع استمارات الاستبيان عليهم وتم جمع المعلومات من خلال الاستبيان كما تم قياس مدى معرفة الحجاج بمشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضـــاحي والأعمـــال التي يقوم بها وشرعيته من وجهة نظر الحاج. وكذلك نرى من الاســـتبيان أن معظم أفراد العينة الذي شملتهم الدراسة هم من الذكور بمعدل ٨٣ % من العينة بينما هنالك ١٠% من العينة من الإناث حسب الجدول رقم: (٧٨).

ولقيـــاس مستوى التعليم للأفراد لقياس الإدراك المعرفة لديهم وتحديد أسلوب الدعاية والإعلان ونشر الوعي. فمن خلال العينة التي شملتها الدراسة نجد اختلاف في مســـتوى التعلـــيم لدى الأفراد ومن الجدول رقم (٧٩) يتضح أن ٦,١% من عينة الحجـــاج مســـتوى تعليمهم بدرجة الدكتوراه أما من هم حاملين لدرجة الماجستير فتصل نسبتهم تصل إلى ١٢% من حجم العينة أما الجامعيين فنسبتهم تصل ٢٨,٦% مـــن الحجاج و٢٠,٨% من الأفراد حاصلين على الثانوية أما من مستواهم أقل من الإعدادي فتصل نسبتهم إلى ٢١,٤% من حجم العينة ولم يجب ما معدله ١١,١% من العينة.

وبالنسبة لوسائل النقل التي استخدمها الحجاج للوصول إلى الأراضي المقدسة يتضح لنا من الجدول رقم (٨٠) فنرى أن معظم الحجاج قد قدموا إلى الأراضي المقدسة جواً وتصل نسبتهم ٧٣,١% من حجم الحجاج بينما ما نسبته ١٦,٩% قد وصلوا براً وأما عن طريق البحر فتصل نسبتهم إلى ٤,٢ % من الحجاج وقد امتنع عن الإجابة ٥,٨ % من حجم العينة.

ونلاحظ من الجدول رقم (٨١) أن جهات عمل الحجاج تختلف فنجد أن منسوبي القطاع الحكومي من أفراد العينة تصل نسبتهم إلى ٣٢,٧ % من الحجاج أما القطاع الخاص فنجد أن نسبتهم تصل إلى ٣٠,١% من الأفراد أما ٢٩,٨ % فيعملون لحسابهم الشخصي بينما نجد من الاستبيان أن ٧,٥ % قد امتنعوا عن الإجابة.

ونلاحظ من الجدول رقم (٨٢) نجد أن نسبة كبيرة من أفراد العينة لم يقوموا بالحج قبل ذلك وتصل نسبتهم ٦١,٣ % أما عن الذين قاموا بالحج قبل ذلك فمن الممكن تقسيمهم إلى فئات:

- ومن قاموا بالحج لمرة واحدة وتصل نسبته إلى ١٨,٣ %.
- ومن أدوا الحج مرتين وتصل نسبتهم ٨،٨ %.
- ومن أدوا فريضة الحج من ثلاث مرات إلى خمس مرات وتصل نسبتهم إلى ٤,١ %.
- من قاموا بأداء الحج أكثر من خمس مرات فتصل نسبتهم إلى ٣,٤ % من الحجاج.
- وقد امتنع عن الإجابة على هذا السؤال ٤,٢ % من الحجاج.

٣,٥,١,١ أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت:

بالـــنظر والجـــدول رقم (٤٧) ونجد أن أنواع الحج المحرم به ثلاثة أنواع وهي التمتع والأفراد والقران ونجد أن أكثر أنواع الحج المحرم به من قبل الحجاج هو التمتع وذلك بمعدل ٧٢,٢ % من الحجاج بينا نرى الأفراد كنوع من الحج يحرم به يأتي بعد ذلك ونســبته تصــل إلى ١٢,٧ % من الحجاج ثم يأتي بعد ذلك ٨،٨ % من الحجاج محــرمين للحج بالإقران ونلاحظ أن هناك نسبة ٤,٣ % من الحجاج لا يعلمون عن أنــواع الحـــج بينما امتنع عن الإجابة ٢ % من الحجاج. أما بالنسبة لأنواع الذبائح فــنجد أن منها الهدي والأضاحي أو الفدية أو الصدقة ومن الجدول رقم (٥١) نرى أن ما نسبته ٤٤,٢ % من الحجاج يمارسون في الحج الهدى ويمارس الفدية (يقوم بها) ٧,٥ % مـــن الحجاج أفراد العينة ونرى أيضاً من الجدول أن ما نسبته ٤,٢ % من الحجاج يقومون بالصدقة أما من امتنع عن الإجابة فيعادل ٥,٤ % من حجم العينة المستهدفة في هذا البحث.

نلاحـــظ مـــن الجدول رقم (٨٩) للربط بين أنواع الحج البدائل المتاحة للذبح أن الذين يملكون فكرة عن البدائل المتاحة أمامهم لعملية الذبح قليل وقد وجدنا التالي:

- أولاً المحرمين بالإفراد نجد هناك ٢،٦% حاجاً كانت فكرهم إيجابية في حين كان ٨% حاجاً ليست لديهم أية معلومة أو فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٢،٤%حاجاً.
- ثانياً: المحرمين بالقران: كان ١،١% حاجاً أجابوا بنعم في حين كانت الإجابة السلبية من ٦،٨%حاجاً وذلك بعدم معرفتهم بالبدائل المتاحة أمامهم للذبح و لم تكن هناك إجابة من ٠،٨% حاجاً.
- ثالثاً: المحرمين بالتمتع: نجد أن نسبة كبيرة منهم لم تكن لديها أية فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وتقد بـــ٥١,١% حاجاً في حين كانت إجابة ١٥,٢ %حاجاً بأنه توجد لديهم فكرة عن بدائل الذبح وأمتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٥,٩%.

◆ رابعا: أما المجموعة التي لا تعلم الحج الذي أحرمت به فكانت نسبة الحاج الذين يعرفون عن البدائل المتاحة للذبح قليلة جداً وبلغت ٠,٨% فردا في حين من قال بأنه ليست لديه أية فكرة ٢,٨%حاجاً و لم يجب منهم على هذا السؤال ٠,٨% حاجاً.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٠) الذي يربط بين أنواع الحج ومكان شراء الذبيحة نجد ما يلي:

◆ المحرمين بالإفراد: أجاب ٢,٢% منهم بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و ٤,٨%حاجاً من المجزرة و ١,٩%حاجاً من مكان آخر دون تحديد وامتنع من هذه الفئة عن الإجابة ٣,٦%حاجاً.

◆ المحرمين بالقران: أفاد ٢،٢%حاجاً بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و الذين يشترون من المجزرة كان عددهم ٣,٨%حاجاً و٠,٨%حاجاً من أماكن أخرى و لم يجب على هذا السؤال ٣,٦%حاجاً.

◆ بالنسبة للتمتع: يرى ١١,١% بأنهم سوف يشترون ذبائحهم من البائعة المتجولين و نسبة كبيرة منهم والبالغة ٣٤,٦% أفادت بأنها سوف تشتري من المجزرة و ١٠,٣% من أماكن أخرى وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ١٦,١% حاجاً.

◆ المجموعة التي لا تعلم نوع الحجم المحرمين به فقد قال ١,١% منهم بأنهم سوف يشترون من الباعة المتجولين و ٣,٦%منهم من المجزرة و ٠,٤% من أماكن أخرى و لم يجب من هذه المجموعة ١,٢% حاجاً.

ونجد في الجدول رقم: (٩١) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأماكن الذبح نجد ما يلي:

◆ المحرمين بالإفراد: أن ٣,٧% حاجاً منهم سوف يذبحون ذبيحتهم في إحدى المجازر الرسمية و قال ١,٣%حاجاً بالقرب من المخيم في حين أفاد ٣,٦%حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً للذبح وقال ١,٢% منهم بأنهم سوف يذبحون في مكانٍ آخر وامتنع ٢,٩%حاجاً عن الإجابة.

◆ أما المحرمين بالقران: فأفاد ٢,٦% حاجاً منهم بأنهم سوف يذبحون في المجازر الرسمية وكان ١,٤% حاجاً قد قالا بأنهم سوف يذبحون قرب المخيم وأجاب ١,٨% حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً و ٠,٧% حجاج حاجاً في مكان آخر و٠,٢% حجاج لم يجيبوا على هذا السؤال.

◆ أمـــا المحـــرمين بالتطوع: فكانت نسبة كبيرة منهم بلغت ٣٣,٧% حاجاً قد أجـــابت بأنهـــا ســـوف تذبح في المجازر الرسمية و ١٠,٨% حاجاً قرب المخيم ونســـبة كـــبيرة مـــنهم بلغت ٢١,١% قالت بأنها سوف تعمل توكيلاً و٢,٨ % حاجاً قالوا في مكان آخر ولم يجب على ٣,٩% حاجاً على هذا السؤال.

◆ أمـــا الفـــئة التي لم تحدد نوع الحج الذي تحرم به: فكانت إجابة ٣,٦% منهم بـــأنهم سوف يذبحون في المجزرة و٠,٤% حجاج قرب المخيم و ١,١% حاجاً سوف يعملون توكيلاً و حاجان في مكان آخر ولم يجب ٠,٩% منهم على هذا السؤال.

٣,٥,١,٢ **معرفة البدائل المتاحة للذبح وشرائها:**

مـــن الجدول رقم (٤٨) نستنتج أن هناك نسبة تبلغ ١٩,٧% من العينة الذين شملـــتهم الدراســـة لا يعلمون عن البدائل الأخرى المتاحة للذبح بينما ٦٩,٧ % من الحجـــاج لديهم فكرة عن البدائل المتاحة للذبح ولم يجب على هذا السؤال ٩,٦ % ممن شملهم الاستبيان. نرى أن القيام بشراء الذبائح لا يقتصر على مكان محدد بل إلى عـــدة أماكن متفرقة منها المجازر المنتشرة أو الباعة المتجولون أو من مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي وغيرها.

والملاحظ أن معظم الحجاج يقومون بشراء ذبائحهم من المجازر ويتضح ذلك من خلال الجدول رقم(٤٩) حيث تصل نسبتهم إلى ٤٦,٩ % من الحجاج بينما نجد أن الذين يقومون بشراء الذبائح من خلال الباعة المتجولون تصل نسبتهم إلى ١٧ % مـــن الحجاج بينما بلغ ما معدله ١٣,٤ % من الحجاج يشترون من مصادر أخرى وقد امتنع عن الإجابة ٢٢,٧ % من حجم العينة المستهدفة في هذا البحث الميداني.

نـــتطرق بعد ذلك في هذا البحث إلى عملية شراء الذبائح فنجد أن لها مصادر مختلفة ومن الجدول رقم (٥٢) يتضح لنا طرق شراء الذبائح وهي كما يلي:

- ♦ هناك ما نسبته ٣٥,٢ % من الحجاج يقومون بشراء الذبائح شخصياً.
- ♦ ونسبة ١٨,٤ % من الحجاج يشترون بواسطة رئيس البعثة.
- ♦ ويقوم ٦,٧ % بشراء الذبائح بواسطة قريب.
- ♦ ويصل من يشترون بواسطة المطوفين ما يقارب ١٢,٣ %.
- ♦ ونـــرى أن الذي يتعاملون مع مشروع الإفادة تصل نسبتهم إلى ٩,٥ % من الحجاج.
- ♦ ونجد أن معدل ١,٤ % من الحجاج يقومون بالشراء بواسطة حاج آخر و١,٢ % يقومون بالشراء بواسطة أشخاص آخرين غير الحجاج.
- ♦ الذين لم يجيبوا على السؤال ٥,٣ % من الحجاج.

٣,٥,١,٣ أماكن ذبح الذبائح وكيفية التخلص من بقايا الذبيحة

نظـــراً للمســـاحة الكبيرة التي ينتشر فيها عامة الحجاج في الأراضي المقدسة وذلك للتخييم وممارسة مناسك الحج مما يؤدي ذلك إلى تعدد واختلاف أماكن ذبح المناسك من هدي وأضاحي بالنظر إلى الجدول رقم (٥٠) وجدنا ما يلي:

وأكبر عدد من الحجاج يقوموا بذبح نسكهم في المجازر الرسمية وتصل نسبتهم إلى ٤٥,٦ % من حجم العينة بينما يصل من يقومون بتوكيل جهات أو أشخاص بالذبح نيابة عنهم ما نسبته ٢٧,٧% من الأفراد أما ما نسبته ١٣,٩% من الحجاج فيقومون بالذبح بالقرب مـــن المخيم ونسبة أخرى تصل إلى ٦,٨% من الحجاج يعتمدون على أماكن للذبح وقد امتنع عن الإجابة ما يعادل ٨% من حجم العينة. وبالنظر إلى الجدول رقم (٥٩) نستنتج كيفيـــة القيـــام بالتخـــلص مـــن بقايا الذبيحة فنجد أن ٥٧,١ % من الحجاج يقومون بالتخلص من نفايات الذبيحة عن طريق الجزار في المسلخ أما ٢٣ % فيقومون بإلقائها في مكان الذبح وقد امتنع عن الإجابة ١٩,٨ % من حجم العينة.

- ونسبة ١٨,٤ % من الحجاج يشترون بواسطة رئيس البعثة.
- ويقوم ٦,٧ % بشراء الذبائح بواسطة قريب.
- ويصل من يشترون بواسطة المطوفين ما يقارب ١٢,٣ %.
- ونـــرى أن الذي يتعاملون مع مشروع الإفادة تصل نسبتهم إلى ٩,٥ % من الحجاج.
- ونجـــد أن معدل ١,٤ % من الحجاج يقومون بالشراء بواسطة حاج آخر و ١,٢ % يقومون بالشراء بواسطة أشخاص آخرين غير الحجاج.
- الذين لم يجيبوا على السؤال ٥,٣ % من الحجاج.

٣,٥,١,٣ أماكن ذبح الذبائح وكيفية التخلص من بقايا الذبيحة

نظـــراً للمســـاحة الكبيرة التي ينتشر فيها عامة الحجاج في الأراضي المقدسة وذلك للتخييم وممارسة مناسك الحج مما يؤدي ذلك إلى تعدد واختلاف أماكن ذبح المناسك من هدي وأضاحي بالنظر إلى الجدول رقم (٥٠) وجدنا ما يلي:
وأكبر عدد من الحجاج يقوموا بذبح نسكهم في المجازر الرسمية وتصل نسبتهم إلى ٤٥,٦ % من حجم العينة بينما يصل من يقومون بتوكيل جهات أو أشخاص بالذبح نيابة عنهم ما نسبته ٢٧,٧% من الأفراد أما ما نسبته ١٣,٩% من الحجاج فيقومون بالذبح بالقرب مـــن المخيم ونسبة أخرى تصل إلى ٦,٨% من الحجاج يعتمدون على أماكن للذبح وقد امتنع عن الإجابة ما يعادل ٨% من حجم العينة. وبالنظر إلى الجدول رقم (٥٩) نستنتج كيفيـــة القيـــام بالتخـــلص مـــن بقايا الذبيحة فنجد أن ٥٧,١ % من الحجاج يقومون بالتخلص من نفايات الذبيحة عن طريق الجزار في المسلخ أما ٢٣ % فيقومون بإلقائها في مكان الذبح وقد امتنع عن الإجابة ١٩,٨ % من حجم العينة.

٣,٥,١,٤ نظرة حول مشروع المملكة للإفادة من الهدى:

ونتـــاول مـــن خلال العرض التالي وجهات نظر الحجاج حول المشروع ومدى تقيمهم للدور الذي يقوم به والفائدة التي يستفيد منها المسلمون منه.

٣,٥,١,٤,١ المعرفة بوجود المشروع:

ركـــز الاستبيان الموجه للحجاج وذلك قبل قيامهم بأداء مناسك الحج على قياس مدى معرفة الحجاج بوجود مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فيتضـــح من الجدول رقم (٥٣) إلى أن نسبة ٥٢,٥ % من الحجاج لديهم فكرة أو معـــلومات عن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بينما تصل نسبة الذين ليست لديهم أية فكرة عن المشروع ما نسبته ٤٣,٦ % من الحجاج وقد امتنع عن الإجابة ٣،٩ % من أفراد العينة وطبقاً لقياس معرفة الحجاج بوجود المشروع نجد أن هـــنالك طـــرق قد علموا من خلالها بوجود المشروع ومنها الجرائد أو بواسطة المطوفـــين أو رؤساء البعثات أو غيرها من وسائل. ونلاحظ ذلك من خلال الجدول رقم (٥٤) فنرى ما يلي:

فهـــنالك ما نسبته ١٤,٨% من الحجاج يعلمون بوجود المشروع وذلك عن طريق الجرائد. أما من علموا بوجود المشروع بواسطة المطوف فتصل نسبتهم إلى ١١,٦% مـــن الحجـــاج. وكذلـــك هنالك ما نسبته ١٠,١% من الحجاج لديهم فكرة عن المشـــروع وذلك عن طريق المطويات. أما بواسطة قريب للحاج سبق له الحج فتصل النســـبة إلى ٨,٩ %. أمـــا من عرف بالمشروع عن طريق حاج آخر ٧,٩ % ومن يعرفون ذلك عن طريق بعث الحج ٧ %. أما من عرف بطرق أخرى فتصل نسبتهم إلى ٠,٩ % مـــن الحجاج. ونلاحظ أن كثيراً من أفراد العينة قد امتنعوا عن الإجابة وتصل نسبتهم إلى ٣٨,٩% من أفراد العينة المستهدفين في هذا البحث. ونستنتج من الســـؤال الســـابق أن وســـائل الإعلان لها الدور الرئيسي في انتشار معرفة الحجاج بالمشروع سواءً عن طريق الصحف في بلادهم أو المطوفين أو رؤساء البعثات.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٢) والذي يربط بين أنواع الحج ومعرفة الحجاج بأن مشروع المملكة يتولى ذبح النسك نيابة عن الحاج. وكانت كالتالي:

- ♦ أولاً: بالنسبة للمحرمين بالإفراد: نجد أن ٣,٩%حاجاً يعلمون بوجود المشروع وأنه يتولى ذبح النسك نيابة عن الحجاج في حين قال ٦,٧% حاجاً بعدم معرفتهم ذلك ولم يجب ٢,١%حاجاً على هذا السؤال.
- ♦ ثانياً: المحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٣% حاجاً منهم يعلمون بأن المشروع يتولى الذبح نيابة عن الحاج وأفاد ٣,٦%حاجاً قالوا بأنهم لا يعلمون بأن المشروع يقوم بالذبح نيابة عن الحجاج وامتنع عن الإجابة ١,٩% حاجاً.
- ♦ ثالثاً: المحرمين بالتمتع نجد أن ٢٧,٤%حاجاً يعلمون بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يتولى ذبح النسك عن الحجاج في حين قال ٣٢,٨% حاجاً وهي نسبة كبيرة جداً بأنهم لا يعلمون ذلك ونسبة كبيرة بلغت ١٢,٠% لم تجب على هذا السؤال.
- ♦ رابعا: أما الذين لا يعلمون نوع حجهم: فقد كانت إجابة ٢,٧% حاجاً بمعرفة أن المشروع يتولى الذبح و إجابة ٢,٣ حاجاً بعكس ذلك ولم يجب ١,٢%حاجاً على هذا السؤال.

٣,٥,١,٤,٢ المعرفة بأعمال المشروع وشرعية أعماله :

أولاً: نلاحظ من الجدول رقم (٥٥) أن هنالك نسبة كبيرة من أفراد العينة من الحجاج تصل نسبتهم إلى ٥٥,٥% من الحجاج يدركون بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم باختيار الذبائح طبقاً للمواصفات الشرعية التي حددتها الجهات الشرعية المختصة بينما من يرون عكس ذلك فتصل نسبتهم إلى ١٧,١% من الحجاج. كذلك نجد أن ٢٧,٣% من أفراد العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

ثانيـــاً: بالنسبة لتولي المشروع ذبح النسك نيابة عن الحاج فنلاحظ من الجدول رقم:(٥٦) إلى أن ٤٥,٤% مـــن الحجاج لا يعلمون بجواز توكيل المشروع بالذبح بالنيابة عن الحاج بينما من يعلمون بهذه الفتوة فتصل نسبته إلى ٣٧,٤% من حجم العينة.

ومن الجدول رقم: (٩٣) والذي يربط بين أنواع الحج ومن يقوم بالذبح في حالة عدم معرفة أن مشروع المملكة يتولى الذبح نيابة عن الحجاج وقد كانت الإجابة كالتالي:

- ♦ بالنسبة للمحرمين بالإفراد: نجد أن ٢,٧%حاجاً قالوا بأنه سوف يقوم بالذبح شخص متخصص وأجاب ١,٨% بأن شخص آخر سوف يتولى الذبح نيابة عنهم.
- ♦ أما للمحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٥% منهم سوف يعطون مهم الذبح لجزار متخصص في حين أن ١,٢% منهم سوف يقوم شخص آخر بالذبح.
- ♦ المحرمين بالتمتع: أجاب نسبة كبيرة منهم ٢٣,٣% حاجاً بأن سوف يولون مهمة الذبح لجزار متخصص في حين أن ١٣,٦% حاجاً قالوا بأن شخص آخر سوف يتولى عملية الذبح نيابة عنهم.
- ♦ وقال الذين لا يعلمون نوع حجهم بأن جزاراً متخصصاً سوف يقوم بالذبح بنسبة ٣,٣% وقال ٠,٥% حجاج بأن شخص آخر سوف يتولى المهمة.

٣,٥,١,٤,٣ تفضيل التعامل مع المشروع من عدمه وأسباب ذلك:

نلاحظ من الجدول رقم (٦٠) من ناحية تفضيل الحجاج بالتعامل مع المشروع أن ما نســبته ٥١% من أفراد العينة يفضلون التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهــدي والأضاحي بينما ٢٠,٢% من الحجاج لا يفضلون التعامل مع المشروع و لم يجب على هذا السؤال ٢٨,٩% ممن شملهم الاستبيان. أما عن الأسباب التي أدت إلى تفضـــيل التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فمن الجدول رقم (٦١) يتضح لنا ما يلي:

- ♦ هـــناك فـــئة مـــن الحجاج تصل نسبتها إلى ٢٥ % يرون أن من أهم أسباب تفضيلهم التعامل مع المشروع هو سهولة الحصول على قسائم الذبح.

- وتـــرى نسبة ١٠,٥ % من الحجاج أنها مقتنعة بالمزايا التي يحصلون عليها من المشروع.
- وتـــرى نســـبة ٩,٤ % من الحجاج بأنها تفضل المشروع بسبب توصية من الأصدقاء والزملاء.
- كذلـــك إن عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة أدى إلى تفضيل ٨,٦ % من الحجاج في التعامل مع المشروع.
- الحـــرص على نظافة الأماكن المقدسة دفعت ما نسبته ٤,٣% من الحجاج إلى التعامل مع المشروع
- بيـــنما يـــرى ٣,٨% من الحجاج أن الفتوى الشرعية التي صدرت للمشروع كانت السبب وراء تفضيل التعامل معه.
- وقـــد امتنع ٣٨,٤% من الحجاج الذين شملهم الاستبيان الإجابة على السؤال السابق.

أمـــا بالنســـبة للأسباب التي أدت إلى عدم تفضيل الذبح من خلال مشروع المملكة للإفـــادة من لحوم الهدي والأضاحي فحسب الجدول رقم (٦٢) فنجد أن أهم سبب في عـــدم الـــتعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي هو عدم علمهم بوجود المشروع وتصل نسبتهم إلى ١٥,٧% من الحجاج بينما من يشتكون من ارتفاع أسعار الذبائح في المشروع تصل نسبتهم إلى ٩,٢% كذلك نجد أن عدم المعـــرفة بمـــزايا المشروع من الأسباب التي أدت إلى عدم تفضيل التعامل معه وتصل نســـبتهم إلى ٩% من الحجاج . نجد أيضاً أن ما نسبته ٦,٩% من الحجاج يفضلون توزيع ذبائحهم بأنفسهم كذلك عدم الاقتناع بفعالية المشروع حيث نجد أن نسبة ٦,٥% مـــن الحجـــاج تعـــتقد بذلك. أما ما نسبته ٦,٨% من الحجاج فيجدون صـــعوبة للوصول إلى مراكز التوزيع بسبب الازدحام كذلك من الأسباب الأخرى تـــأثير الأصدقاء ١,١% ونرى أن ما نسبته ٠,٥% من الحجاج غير مقتنعين بتوكيل

المشروع وأخيراً هناك فئة كبيرة تصل نسبتها إلى ٤٤,٣% من أفراد العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

و يبين لنا الجدول رقم: (٩٩) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأسباب التفضيل للذبح من خلال المشروع:

- المحـــرمين بالإفراد: إن من أهم أسباب تفضيل الذبح من خلال المشروع بالنسبة لهم هـــو سهولة الحصول على قسائم الذبح حيث ترى نسبة ٢,٠% حاجاً ذلك ويرى ١,٢% حجاج بأن توصية أصدقائهم كانت السبب المباشر للذبح من خلال المشروع ويـــرى ٠,٨% حاجـــاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع و٠,٣% من الحجاج يرون أن ذبحهم من خلال المشروع هو حرصاً على نظافة الأماكن المقدسة ويرى ٠,٤%حاجاً بـــأنهم يختارون المشروع خوفاً من عدم تمكنهم من التصرف في الذبيحة بشكل كامل و نجـــد أن ٠,١%حاجاً يرون بسبب الفتوى الشرعية و لم يجب ٣,٢%حاجاً على هذا السؤال:
- المحـــرمين بالقران: فيرى ٠,١%حاجاً منهم أن سهولة الحصول على القسائم قادتهم لـــلذبح مـــن خلال المشروع وأخبر ٠,٣%حجاج بأن أصدقائهم وزملائهم أشاروا عـــليهم بالذبح من خلال المشروع في حين يرى ٠,٥%حاجاً بأن اقتناعهم كان هو ســـبب اخـــتيارهم للذبح عن طريق المشروع ونرى أن الحرص على نظافة الأماكن المقدســـة كـــان هو سبب اختيار ٠,٢% حجاج للذبح من خلال المشروع وبسبب الخوف من عدم التمكن من التصرف في كامل الذبحية اختار ٠,٢%حجاج الذبح من خلال المشروع ونرى أن ٠,١%حاجاً اقتنعوا بالمشروع بسبب الفتوى الشرعية وامتنع عن الإجابة ٢,٠%حاجاً.
- المحرمين بالتمتع: أن سهولة الحصول على القسائم كان هو السبب المباشر لاختيارهم لـــلذبح مـــن خلال المشروع ١٧,١%حاجاً في حين يرى ٨,٩% حاجاً بأن سبب اخـــتيارهم هـــو توصية أصدقائهم وزملائهم بالذبح من خلال المشروع وقال ٨,٩ %حاجـــاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع. في حين أن ٣,٥%حاج بأن حرصهم على

نظافــة الأمـــاكن المقدسة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ٥,١% حاجاً بأن عدم التصرف في كامل الذبيحة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويـــرى ٢,٢%حاجاً بأن الفتوى الشرعية كانت هي السبب في اختيارهم للذبح من خـــلال المشروع في حين لم يجب على هذا السؤال ٣٧,٩% حاجاً وهي نسبة كبيرة جداً.

- ♦ الفئة التي لا تعلم نوع إحرامها: ٠,٢%حاج يرون أن سهولة الحصول على القسائم قادهم للذبح من خلال المشروع و٠,٢% بسبب الأصدقاء و٠,٥% الاقتناع بمزايا المشروع و٠,٣% حرصاً على نظافة المشاعر المقدسة و٠,٢% بسبب عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة و٠,٣% بسبب الفتوى الشرعية و١,٨% لم يجيبوا على هذا السؤال.

يوضح الجدول رقم: (١٠٠) والذي يربط بين أنواع الحج وأسباب عدم تفضيل عدم الذبح من خلال المشروع:

- ♦ المحـــرمين بالإفراد: يرى ٢,٣%حاجاً بأن سبب عدم الذبح من خلال المشروع هو عدم علمهم بوجوده في حين يرى ١,١%حاجاً أن السبب كان لعدم معرفتهم بمزايا المشـــروع و٠,٥% حجاج يرون أن الأسعار مرتفعة و٠,٨%حاجاً يؤكدون بعدم اقتـــناعهم بفعاليـــة بالمشروع ويقول ٠,٥% حجاج بأنهم يفضلون توزيع ذبيحتهم بأنفسهم ويرى حاجاً واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع و٠,٤% حجاج تأثروا بسلوك أصدقائهم وزملائهم ويرى ١,١%حاجاً أن صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع هي سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع ولم يجب على هذا السؤال ٦,١% حاجاً.

- ♦ المحـــرمين بالقـــران: يرى ٢,٠%حاجاً بأن عدم علمهم بالمشروع هو سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلاله ويرى ٠,٢%حجاج أنهم لا يعرفون مزايا المشروع ويرى ٠,٧%حاجـــاً بـــأن ارتفـــاع الأسعار هو الذي أجبرهم على عدم الذبح من خلال المشـــروع ويـــرى ٠,٧%حجـــاج بأنهم غير مقتنعين بفعالية المشروع ويفضل ٠,٩ %حاجاً الذبح بنفسه ويرى حاج واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع ونجد ٠,٣%حجـــاج مـــتأثرون بســـلوك زملائهم ويرى ١,١%حاجاً أن مراكز التوزيع

يصعب الوصول إليها لذلك لا يفضلون الذبح من خلال المشروع وامتنع عن الإجابة ٣,٨% حاجاً.

- المحـــرمين بالتمتع: يرى ١٠,٠%حاجاً بأن عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع يعود إلى عدم علمهم بوجوده من قبل أو عدم معرفتهم بمزايا المشروع ٧,٢%حاجاً أو بسبب ارتفاع الأسعار كما يرى ٧,٦%حاج أو عدم الاقتناع بفعالية المشروع ٤,٨ % ومنهم من يفضل الذبح بنفسه ٤,٨%حاجاً وهناك ٤ حجاج غير مقتنعين بشرعية التوكيل للمشروع و٠,٤% حجاج متأثرون بسلوك زملائهم ٤,٥%حاجاً يرون بأن الوصـــول إلى مراكز التوزيع صعب جداً. وهناك نسبة كبيرة جدا تصل إلى ٣٠,٨% حاج امتنعت عن الإجابة على هذا السؤال.

الفئة التي لا تعلم بمزايا المشروع: ٠,٦% حجاج لا يعلمون المشروع من قبل و٠,٤% حجاج لا يعرفون مزايا المشروع ٠,٢%حجاج يعتقدون بأن الأسعار مرتفعة وحاجان غير مقتنعان بفعالية المشروع. ويفضل ٠,٥ حجاج منهم الذبح بنفسه و لم يجب على هذا السؤال ٣,٧%حاجاً.

٣,٥,١,٤,٤ سعر الذبائح في المشروع مقارنة بغيرها:

إن مـــن أهـــم العوامـــل التي تؤثر في التعامل مع المشروع هو أسعار الذبيحة مقارنة بالـــبدائل الأخرى كالمجازر أو الباعة المتجولون وغير ذلك. ومن الجدول رقم (٦٣) يتضح لنا التالي: أن هناك نسبة كبيرة تصل إلى ٢١,٦% من أفراد العينة من الحجاج يـــرون إلى أن أســـعار مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي أعلى من البدائل الأخرى. أما من يرون أن أسعار مشروع المملكة متقارب مع البدائل الأخرى فتصل نسبتهم إلى ١٤,٨% من حجم العينة. أما ما نسبته ٥,١% من الأفراد يرون أن أســـعار المشروع أقل مقارنة بالبدائل الأخرى.بينما هناك ما نسبته ٢٣,١% من حجم العينة ليس لديهم فكرة عن الأسعار. وامتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٥,٤% من الحجاج الذين شملهم الاستبيان.

٣,٥,١,٤,٥ الإشراف من قبل الحكومة:

نـــرى من خلال الجدول رقم (٦٥) بالنسبة للذين لديهم معرفة بأن حكومة المملكة العربية السعودية تشرف على مشروع الإفادة من الهدي والأضاحي من خلال البنك الإســـلامي حيث تصل نسبتهم إلى ٣٩% من الحجاج أما من يعتقد بأن المشروع لا تشرف عليه الحكومية تصل نسبتهم إلى ١٣,٣% وقد امتنع عن الإجابة نسبة كبيرة من الحجاج ٤٧,٧%.

٣,٥,١,٤,٦ إجازة توكيل المشروع من قبل هيئة شرعية:

نلاحـــظ مـــن الجـــدول رقـــم (٦٧) أن من أجابوا بمعرفتهم بأن هناك هيئة شرعية متخصصة أجازت توكيل الحاج لمشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فتصـــل نسبتهم إلى ٥١,٥% ي حين أن من أجاب بعدم معرفة ذلك فتصل نسبتهم إلى ٢,٩% في حين لم يجب على ذلك ٤٤,٥% من الحجاج الذين شملهم الاستبيان.

٣,٥,١,٤,٧ اختيار الذبائح وتذكيتها طبقاً للمواصفات الشرعية والقيام بنقلها:

نلاحـــظ مـــن الجدول رقم (٧٢) أن هناك نسبة ٤٣,٢% من الأفراد يدركون أن الذبـــيحة تذكـــى مـــن مشـــروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي طبقاً للمواصفات الشرعية أما ما نسبته ١٢,٤% من حجم العينة لا يرون إلى أن الذبيحة تذكـــى في مشـــروع المملكة طبقاً للمواصفات الشرعية و لم تجب مجموعة تصل إلى ٤٤,٤% على هذا السؤال.

ونـــرى في الجدول رقم (٧٠) بالنسبة لعملية نقل الذبائح أن من أجابوا بنعم نسبتهم تصـــل إلى ٤٧,٣% من حجم العينة بينما من أجابوا بلا تصل نسبتهم إلى ٧,٩% والـــبقية امتنعوا عن الإجابة وتصل نسبتهم إلى حوالي ٤٤,٨% من مجموعة الحجاج الذين شملهم الاستبيان.

٣,٥,١,٤,٨ عملية شراء الذبائح وتأمين الجزارين من قبل المشروع:

هـــناك مصادر خارجية يتم الاعتماد في توفير الذبائح للحجاج في موسم الحج وذلك لـــتغطية الطـــلب الكـــبير عليها ونلاحظ من الجدول رقم (٦٩) أن نسبة كبيرة من الحجاج ٥١% يرون أن المشروع يقوم بشراء الذبائح مباشرة من مصادرها الخارجية بيـــنما يرى ٣,٦% منهم بأن المشروع لا يقوم بالشراء المباشر وقد امتنع عن الإجابة حوالي ٤٥,١% من أفراد العينة الذين شملهم الاستبيان.

أمـــا عـــن إشراف مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي مباشرة على عمـــلية نقل الذبائح بحيث لا يعتمدون على جهات نقل أخرى. فنجد أن ٤٧,١% مـــن حجم العينة يرون أن المشروع يقوم بالإشراف مباشرة على عملية نقل الذبائح بينما يرى ٧,٩% منهم عكس ذلك كذلك أن ما نسبته ٤٤,٨% لم يجيبوا على هذا السؤال. وذلك حسب الجدول رقم (٧٠)

إن توفير الجزارين المتخصصين لعمليات ذبح النسك شيء مهم وضروري يقوم بتوفير المشروع وذلك لتقديم الخدمات للحجاج.

ويدرك ذلك الشيء معظم الحجاج حيث نلاحظ من الجدول رقم (٧١) أن ما نسبته ٤٧,٣% مـــن الحجاج يدركون بأن المشروع يوفر جزارين متخصصين بينما نجد أن نســـبة ٨% مـــن الحجاج يرون أن المشروع لا يقوم بتوفير جزارين متخصصين في عمـــلية ذبـــح النســـك. وقد امتنع ٤٤,٧% من الحجاج ممن شملهم الاستبيان عن الإجابة.

٣,٥,١,٤,٩ تنظيم الذبائح والتخلص من النفايات من قبل المشروع

إن حكومة المملكة العربية السعودية تكون حريصة دائماً على صحة الحجاج وتوفير الأجـــواء الصحية لهم حتى يتمكنوا من أداء مناسك الحج وتهتم كثيراً بالتخلص من القـــاذورات والنفايات القائمة من الذبائح ومشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم بذلك على أكمل وجه.

ونـــرى أراء من شملهم الاستبيان حول هذا الموضوع ففي الجدول رقم (٧٣) حيث يـــرى ٥٣,٦% من الحجاج أن المشروع يحقق لهم تنظيم عملية الذبح والتخلص من الـــنفايات في حين يرى ١٣,٩% من الحجاج عكس ذلك تماماً و لم يجب على هذا السؤال نسبة تصل إلى ٤٣,٨% من حجم العينة.

ونلاحـــظ م الجـــدول رقـــم (٧٤) أن ما نسبته ٥٣,٢% من حجم العينة يرون أن مشـــروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يقوم بتوزيع الذبائح على فقراء الحرم بشكل ممتاز في حين يرى ٢,٧% من الحجاج عكس ذلك وتقدر النسبة التي لم تجب على هذا السؤال ٤٤,١% من الحجاج.

كذلـــك نجد أيضاً أن المشروع يقوم بنقل ما يفيض عن حاجة فقراء الحرم إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء. فهناك ما نسبته ٤٧,٥% من الحجاج يدركون هذا الشيء بينما هناك نسبة ٢,٥% من حجم العينة يرون عكس ذلك هو أن المشروع لا يقـــوم بنقل الفائض إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء وأخيراً نلاحظ أن من امتـــنعوا عـــن الإجابـــة مـــا نســـبتهم ٤٩,٦% مـــن حجـــم العيـــنة وذلك موضح في الجدول رقم (٧٥).

٣,٥,٢ بعد الحج:

لقـــد تم القيام بعمل هذه الدراسة على ٢٣٢٧ شخص من الحجاج منهم ١٨٢٤ مـــن غير المقيمين ما نسبته ٧٨,٤ % بينما هناك نسبة ٧,١٢% من المقيمين في المملكة بينما لم يجب ما نسبته ٨,٩% من الأفراد المستهدفين بهذا البحث الجدول رقم (٧٧) وقد تم توزيع استمارات الاستبيان عليهم وتم جمع المعلومات.

هذا ونرى أن معظم أفراد العينة من الذكور بمعدل ٨٤,٢% من العينة بينما هناك ٩,٢% من العينة إناث الجدول رقم (٧٨) ونرى أيضاً من خلال عينة الحجاج الذين تمت الدراسة عليهم بأن مستوى التعليم لديهم مختلف وبالنظر إلى الجدول رقم (٧٩) نرى ما يلي:

هـــنالك مـــا نسبته ٧,٩% من العينة مستوى تعليمهم إلى الدكتوراه و١٤% منهم من حامـــلي الماجســـتير بيـــنما ٢٤,٨% في المســـتوى الجـــامعي أمـــا أقـــل مـــن ذلك فتصل نسبتهم إلى ٥٤% من حجم العينة.

أما بالنسبة لوسائل النقل للقدوم إلى الأراضي المقدسة فنجد تقسيمها إلى ثلاث أنواع جواً وبـــراً وبحـــراً ومـــن الجدول رقم (٨٠) نجد أن معظم الأفراد الذين شملهم الاستبيان قد اســـتخدموا وســـائل النقل الجوي وذلك بمعدل ٨٥,١% من حجم العينة بينما ما نسبته ٨,٦% من حجم العينة استخدموا وسائل النقل البري وأخيراً نجد أن القلة قد استخدموا وسائل النقل البحري بنسبة تصل إلى ٠,٩% ولم يحدد ٥,٤% من العينة وسيلة القدوم.

بالنسبة لجهة العمل لكل شخص قام بالإجابة على الاستبيان نستنتجها من الجدول رقم:(٨١) وهـــي كما يلي في القطاع الحكومي بنسبة تصل إلى ٣٢,٤% وفي القطاع الخاص ٣٢,٨% لصالح الشخص في القطاع الخاص ٢٦,٦% ولم يحدد ٨,٢% الجهة التي يعمل بها.

كذلك نتطرق إلى سؤال مهم جداً بحيث من الممكن لنا عند المعرفة السابقة للحجاج عن الخدمات وظروف الحج من عدمها وبالنظر إلى الجدول رقم (٨٢) نلاحظ من الجدول أن الذيـــن لم يقوموا بالحج سابقاً فيصل عددهم إلى معدل كبير وهو ٥٥% من حجم العينة بينما ٢٥,١% من حجم العينة حجوا لمرة واحدة فقط قبل ذلك. أما الذين حجوا لمرتين فتصـــل نسبتهم إلى ٨,٦% من حجم العينة أما من حج منهم من ثلاث إلى خمس مرات

فـــتقل نســـبتهم ويصـــلون إلى معدل ٤,٨% من حجم العينة أما أكثر من خمس مرات فنجدهم ٣,٢% بينما أمتنع عن الإجابة على هذا السؤال ٣،٣% ممن شملتهم العينة.

٣,٥,٢,١ أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت:

كما نعلم أن هناك ثلاثة أنواع للحج المحرم به وهي الإفراد والقران والتمتع (فالأفراد هو القيام بالإحرام بالحج فقط أما القران فهو القيام بالإحرام للحج والعمرة جميعاً أما التمتع فهو أن يحرم العمرة

نجد أن أكثر أنواع الحج شيوعاً في أوساط الحجاج هو التمتع وذلك بنسبة ٨٣,٦% من العينة بينما ٨,٥% من الحجاج منفردين ٣،٣%منهم لا يعرفون أنواع الحج والمسميات جدول رقم: (٤٧).

أما بالنسبة لأنواع الذبائح فنجد أن منها الهدي أو الأضاحي أو الفدية أو الصدقة ومن الجدول رقم (٥١) نلاحظ أن ما نسبته ٦١,٢% من العينة من الحجاج يذبحون الهدي بينما ما نسبته ٢٦,٣% من العينة يذبحون الأضحية بينما ذبائح الفدية والصدقة تكون نسبتها ٦,٢% بينما نلاحظ أن ما نسبته ٧,٣% من العينة لم يقوموا بالإجابة.

نلاحـــظ مـــن الجدول رقم (٩٤) للربط بين أنواع الحج البدائل المتاحة للذبح أن الذين يملكون فكرة عن البدائل المتاحة أمامهم لعملية الذبح قليل وقد وجدنا التالي:

- أولاً المحرمين بالإفراد نجد هناك ٣,٤% كانت فكرتهم إيجابية في حين كان ٤,٥% حاجاً ليست لديهم أية معلومة أو فكرة عن البدائل المتاحة للذبح وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٠,٦%حاجاً.
- ثانياً: المحرمين بالقران: كان ١,٥% حاجاً أجابوا بنعم في حين كانت الإجابة السلبية من ٥٨حاجاً وذلك بعدم معرفتهم بالبدائل المتاحة أمامهم للذبح و لم تكن هناك إجابة من ٠,٣%حاجاً.
- ثالثاً: المحرمين بالتمتع: نجد أن نسبة كبيرة منهم لم تكن لديها أية فكرة عن البدائل المـــتاحة لـــلذبح وتقد بـــ٥٥,٠% حاجاً في حين كانت إجابة ٢٢,٢%حاجاً بأنه توجد لديهم فكرة عن بدائل الذبح وأمتنع عن الإجابة من هذه الفئة ٦,١%.

◆ رابعـــا: أما المجموعة التي لا تعلم الحج الذي أحرمت به فكانت نسبة الحاج الذين يعرفون عن البدائل المتاحة للذبح قليلة جداً وبلغت ٠,١% أفراد في حين من قال بأنه ليست لديه أية فكرة ٢,١%حاجاً و لم يجب منهم على هذا السؤال ٠,٩% حجاجاً.

٣,٥,٢,٢ معرفة البدائل المتاحة للذبح

نجد أن هناك نسبة كبيرة من العينة من الحجاج الذين شملتهم الدراسة لا يعرفون أو ليست لديهم فكرة عن البدائل المتاحة للذبح فمن الجدول رقم (٤٨) نجد أن ما نسبته ٦٤,١% من العينة لا يعرفون عن بدائل الذبح شيئاً بينما ما نسبته ٢٨,١% من العينة من الحجاج لديهم فكرة أو معلومات عن البدائل المتاحة للذبح في حين أن ما نسبته ٧,٩% لم يجيبوا.

٣,٥,٢,٣ عملية شراء الذبائح وأماكن ذبحها:

يقـــوم الحجـــاج بشراء الذبائح من أماكن متعددة كالباعة المتجولين أو من المجزرة أو من خـــلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي (البنك الإسلامي للتنمية) أو يتم الشراء من خلال جهات مختصة أخرى لبيع الذبائح.

ويتضـــح من الجدول رقم (٤٩) إلى أن أكثر أو معظم الحجاج يقومون بشراء الذبائح من خلال المجزرة حيث نرى أن النسبة تصل إلى ٥٥,٣% من عينة الحجاج بينما هناك نسبة ١٠,٨% مـــن الحجـــاج يقومون بالشراء من الباعة المتجولين أما ما نسبته ١٥,٩% من الحجـــاج يقومـــون بشـــراء الذبائح من مصادر أخرى (الكوبونات _ المشروع _ بنك الراجحي) وقد امتنع عن الإجابة ٧,٩% من العينة عن الإجابة.

وعـــن عملية شراء الذبائح فنجد أن لها مصادر مختلفة ممكن أن نذكرها وهي إما أن يقوم الحجـــاج بالشراء شخصياً أو بواسطة قريب أو بواسطة المطوف أو رئيس البعثة إذا كان الحـــاج مـــن ضـــمن بعـــثة الحج أو من خلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي أو بواسطة حاج أو شخص آخر.

ونـــرى من الجدول رقم (٥٢) والذي يوضح النسبة المئوية للعينة التي تمت عليها الدراسة حيث نجد ما يلي:

ما نسبته ٢٨,٧% من حجم العينة من الحجاج يقومون بشراء الذبائح شخصياً بينما هناك نسبة ١٦,٨% من الحجاج يفوضون قريباً لهم بالشراء أو بواسطة مشروع الهدي والأضاحي. ونجد أيضاً أن ما نسبته ١٢,٥% من حجم العينة من الحجاج يفوضون رئيس البعثة الحجية والتي يكونون من ضمنها وذلك بشراء الذبيحة أو الأضحية.

أم ما نسبته ٧,٤% من الحجاج فيقومون بشراء الذبائح من خلال المطوف. كذلك ٥,١ % م العينة من الحجاج يفوضون حاج آخر للشراء كذلك ما نسبته ٤,٥% من الحجاج يفوضون أشخاصاً آخرين. بينما نلاحظ من الجدول أن ١١,٨% من حجم العينة قد امتنعوا عن الإجابة.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٥) الذي يربط بين أنواع الحج ومكان شراء الذبيحة نجد ما يلي:

- المحرمين بالإفراد: أجاب ٠,٩% منهم بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و ٢,١%حاجاً من المجزرة و ١,٢%حاجاً من مكان آخر دون تحديد وامتنع من هذه الفئة عن الإجابة ٤,٣% حاجاً.
- المحرمين بالقران: أفاد ٠,٥%حاجاً بأنهم يشترون ذبائحهم من الباعة المتجولين و الذين يشترون من المجزرة كان عددهم ٢,٧%حاجاً و٠,٣% حاجاً من أماكن أخرى و لم يجب على هذا السؤال ٠,٧%حاجاً.
- بالنسبة للتمتع: يرى ٨,٨% بأنهم سوف يشترون ذبائحهم من البائعة المتجولين و نسبة كبيرة منهم والبالغة ٤٨,٨% أفادت بأنها سوف تشتري من المجزرة و ١٤% من أماكن أخرى وامتنع عن الإجابة من هذه الفئة ١١,٩% حاجاً.
- المجموعة التي لا تعلم نوع الحجم المحرمين به فقد قال ٠,٦%منهم بأنهم سوف يشترون من الباعة المتجولين و ٢,٠%منهم من المجزرة و ٠,٣% من أماكن أخرى و لم يجب من هذه المجموعة ١,١% حاجاً.

٣,٥,٢,٤ أماكن الذبح ومدى الاستفادة منها:

إن للانتشار الكبير للحجاج في بقعه كبيرة من الأراضي المقدسة وذلك للتخييم وممارسة مناسك الحج يؤدي إلى تعدد واختلاف أماكن الذبح مثل ذلك (المخيم – أو مشروع

المملكة للهدي والأضاحي أو المجزرة البديلة أو الشارع) وبسؤالنا للعينة المختارة وجدنا ما يـــلي وذلـــك من خلال الجدول رقم (٨٣) حيث نلاحظ أن أكبر نسبة من حجم العينة وهـــي ٣٤,٣% قـــد حددت مكان ذبح الذبائح في المجزرة البديلة ويمكن أن يعود سبب ذلك في الانتشار في عدد المجازر البديلة وفي مناطق مختلفة بينما نجد أن ما نسبته ٢٢,٩% مـــن حجم العينة من الحجاج قد قاموا بالاعتماد على مشروع المملكة للهدي والأضاحي في عمـــلية ذبـــح الأضاحي والهدي أما ٢٠,٨% من الحجاج فقد قاموا بعملية الذبح في الشارع أما بالنسبة للمقيم فنجد أن نسبته تصل إلى ٤% فقط من حجم العينة كذلك ما نســـبته ١,٧% مـــن حجم العينة اعتمدوا على أماكن أخرى لعملية ذبح الذبائح وأخيراً نلاحظ أن ما نسبته ١٦,٤% من حجم العينة من الحجاج قد امتنعوا عن الإجابة.

كذلك نتطرق موضوع مدى استفادة الحاج الشخصية من الذبيحة التي قام بذبحها في الحج كذلك مصير الجزء غير المستفاد منه. وبالنظر إلى الجدول رقم (٨٤) وذلك بالسؤال عن مدى الاستفادة الشخصية من الذبيحة وجدنا أن ما نسبته تقريباً ٤١,١% من حجم العينة قد استفادوا من الذبيحة ولكن باختلاف (حيث أن ١٢,١% منهم قد استفاد منها كلياً بينما ١,٨% منهم استفاد من جزء منها) هذا بالنسبة للذين أفادوا باستفادقم من الذبيحة أما الذي كانت إجابته سلبية وهي عدم الاستفادة من الذبيحة فتصل النسبة إلى ٤٢,٤% مـــن حجم العينة ويمكن أن يعود ذلك إلى القيام بتوزيع الذبيحة كلها أو التصدق بها أو تفويض آخرين بالتصرف فيها أو غير ذلك. كذلك نجد أن هناك ما نسبته ١٦,٥% من حجم العينة قد امتنعوا عن الإجابة .

أمـــا بالنســـبة لمصير الجزء الغير مستفاد منه فنجد أن نسبة كبيرة تصل إلى ٣٤,٩% من حجـــم العينة من الحجاج قد قاموا بترك الذبائح في مكان ذبحها. أما نسبته ١٩,٦% من العينة فقد قاموا بأخذ الجزء المستفاد منه قاموا بالتصدق به أما ٤% من عينة الحجاج فلم يحددوا مصير الجزء الغير مستفاد منه. كذلك نسبة ٤١,٤% من حجم العينة من الحجاج فامتنعوا عن الإجابة وهذا يتضح من الجدول رقم (٨٥).

ونجـــد في الجدول رقم: (٩٦) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأماكن الذبح نجد ما يلي:

- المحرمين بالإفراد: أن ١,١% حاجاً منهم سوف يذبحون ذبيحتهم في إحدى المجازر الرسمية و قال ٢,٤%حاجاً بالقرب من المخيم في حين أفاد ٠,٥%حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً للذبح وقال ١,٤% منهم بأنهم سوف يذبحون في مكانٍ آخر وامتنع ٠,٣%حاجاً عن الإجابة.
- أما المحرمين بالقران: فأفاد ٢,٠%حاجاً منهم بأنهم سوف يذبحون في بالمجازر الرسمية وكان ١,٨% حاجاً قد قالوا بأنهم سوف يذبحون قرب المخيم وأجاب ٠,١ %حاجاً بأنهم سوف يعملون توكيلاً و ٠,١%حجاج حاجاً في مكان آخر و٠,١% حجاج لم يجيبوا على هذا السؤال.
- أما المحرمين بالتطوع: فكانت نسبة كبيرة منهم بلغت ٥٦,٤% حاجاً قد أجابت بأنها سوف تذبح في المجازر الرسمية و ٢١,١%حاجاً قرب المخيم ونسبة بلغت ١,٨ %قالت بأنها سوف تعمل توكيلاً و٠,٦% حاجاً قالوا في مكان آخر و لم يجب على ٣,٥% حاجاً على هذا السؤال.
- أما الفئة التي لم تحدد نوع الحج الذي تحرم به: فكانت إجابة ٠,٦% منهم بأنهم سوف يذبحون في المجزرة و٠,٨% حجاج قرب المخيم و ٠,١ حاجاً سوف يعملون توكيلاً و ٠,٣ في مكان آخر و لم يجب ٣منهم على هذا السؤال.

٣,٥,٢,٥ سعر الذبائح وتكلفة عملية الذبح

إن لـتعدد مصادر وأماكن شراء الذبائح ولزيادة المنافسة في البيع لكل جهة من الجهات المختصـة وذلـك بهـدف الربح كالمجازر أو الأشخاص أو بهدف خدمة الحجاج أولاً كمشروع المملكة للهدي والأضاحي كل ذلك يؤدي إلى التفاوت في الأسعار كذلك إلى التفاوت في تكلفة عملية الذبح.

أولاً: نلاحظ من الجدول رقم (٨٦) التفاوت الكبير في الأسعار فنجد أن ما نسبته ١٠,٨ % من حجم الع

ينة من الحجاج تتراوح أسعار ذبائحهم ما بين ٣٠ ريال إلى ٢٤٠ريال كذلك ٢٨,٨% من الحجاج تتراوح أسعار ذبائحهم ما بين ٢٤٠ إلى ٣٠٠ ريال أما الذين تتراوح أسعار ذبـائحهم مـا بين ٣٠٠ إلى ٣٤٠ ريال فنسبتهم تصل إلى ١٩,٢% كذلك نلاحظ أن نسـبة ٢٧,٦% من حجم العينة تكون أسعار ذبائحهم من ٣٤٠ إلى ٣٦٠ ريال ونسبة ٤,١% مـن الحجاج تتراوح الأسعار التي قاموا بالشراء بها ما بين ٣٦٠ إلى ٤٦٠ ريال بيـنما نلاحـظ أن نسبة ٣% من الحجاج تتراوح أسعار ذبائحهم أكثر من ٥٤٠ريال وأخيراً نجد أن نسبة ١٣,٦% من حجم العينة من الحجاج قد امتنعوا عن الإجابة.

ثانيـاً: بالنسبة لتكلفة الذبائح التي قام الحجاج بدفعها لعملية الذبح فنلاحظ من الجدول رقم (٨٧) أن نسبة كبيرة لم تقوم بدفع شيء وذلك لقيامهم بعملية الذبح بأنفسهم دون الاعـتماد على جهات أخرى وتصل نسبتهم إلى ٤٤,٤% من حجم العينة تحت الدراسة من الحجاج بينما نجد أن ٥٥,٦% من الحجاج قد قاموا بالاعتماد على جهات أخرى في عملية الذبح فنجد منهم ما يلي (ما نسبته ٤٦,٦% منهم قد قاموا بدفع أقل من ٣٠ ريال للذبـيحة بينما ما نسبته ٩% منهم فتتفاوت أسعار الدفع ما بين ٣٠ ريال إلى أكثر من ٢٣٠ ريال.

٣,٥,٢,٦ مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي:

ونتناول المشروع من مختلف الأبعاد للتعرف هل هناك معرفة بالمشروع بعد تواجدهم في السعودية من عدمه.

٣,٥,٢,٦,١ المعرفة بوجود المشروع:

مـــن خـــلال الاستبيان الموجه إلى الحجاج وذلك بعد قيامهم بأداء مناسك الحج بالقليلة لا تعـــرف شـــيئا عن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي وتقدر نسبتهم بـــ ٣٩,١% من حجم العينة المستهدفة من الحجاج. بينما نجد أن هناك مجموعة من بين أفراد العينة لديهم وعي بوجود المشروع وتقدر هذه النسبة بـــ ٥٣,٨% من حجم العينة بيـــنما نلاحظ أن ٧,١% من حجم العينة قد امتنعوا عن الإجابة ونرى ذلك من خلال الجدول رقم (٥٣).

ونجـــد أن معرفة الأفراد بوجود مشروع الإفادة يكون من عدة طرق كالجرائد والمطويات أو بواسطة المطوفين ورؤساء البعث الحجية أو أقرباء أو حجاج آخرون.

ونلاحظ من الجدول رقم (٥٤) أن ما نسبته ١٦,٥% من الحجاج علموا بوجود المشروع مـــن خلال أو بواسطة أقرباء هلم سبق لهم الحج من قبل ذلك بينما ما نسبته ١٢% قد عـــلموا بوجـــود المشروع وذلك بواسطة بعثات الحج الرسمية وهذا يدل على أهمية هذه النقطة لقيامها بالتوعية الجماعية والاتصال المباشر مع الحجاج وذلك بلغاتهم كذلك نجد أن معـــرفة الحجاج لهذا المشروع من خلال المطوف مهم ونجد أن نسبتهم تصل إلى ٩,٥% مـــن حجم العينة بينما ٨,١% من الحجاج قد علموا بالمشروع وذلك من خلال الجرائد والمطويـــات والتي تصل نسبتها إلى ٦,٤% من حجم العينة أما من خلال حجاج آخرين فنجد أن نسبة إيصال المعلومات تصل إلى ٧,٩% من الحجاج ونلاحظ عدم إجابة نسبة كـــبيرة مـــن العينة على هذا السؤال وتصل النسبة إلى ٣٨,٥% من حجم العينة (كل ما ســـبق نســـتنتج منه أن التوعية والإعلان لهما الدور الرئيسي في توعية الحجاج بالمشروع وأعماله.

نستنتج من الجدول رقم: (٩٢) والذي يربط بين أنواع الحج ومعرفة الحجاج بأن مشروع المملكة يتولى ذبح النسك نيابة عن الحاج.

- أولاً بالنسبة للمحرمين بالإفراد: نجد أن ٣,٩% حاجاً يعلمون بوجود المشروع وأنه يتولى ذبح النسك نيابة عن الحجاج في حين قال٦,٧% حاجاً بعدم معرفتهم ذلك و لم يجب ٢,١%حاجاً على هذا السؤال.
- ثانياً المحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٣% حاجاً منهم يعلمون بأن المشروع يتولى الذبح نيابة عن الحاج وأفاد ٣,٦%حاجاً قالوا بأنهم لا يعلمون بأن المشروع يقوم بالذبح نيابة عن الحجاج وامتنع عن الإجابة ١,٩% حاجاً.
- ثالثاً: المحرمين بالتمتع نجد أن ٢٧,٣%حاجاً يعلمون بأن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يتولى ذبح النسك عن الحجاج في حين قال ٣٢,٨% حاجاً وهي نسبة كبيرة جداً بأنهم لا يعلمون ذلك ونسبة كبيرة أيضاً لم تجب على هذا السؤال.
- أما الذين لا يعلمون نوع حجهم: فقد كانت إجابة ٢,٧% حاجاً بمعرفة أن المشروع يتولى الذبح و إجابة ٢,٣% حاجاً بعكس ذلك و لم يجب ١,٢%حاجاً على هذا السؤال.

٣,٥,٢,٦,٢ المعرفة بأعمال المشروع:

هـــنالك إدراك ووعي كبير من قبل أفراد العينة وذلك بالعلم بأن مشروع المملكة للإفادة مـــن لحوم الهدي والأضاحي يقوم باختيار الذبائح طبقاً للمواصفات الشرعية التي حددتها الجهـــات الشـــرعية المختصة فنجد أن نسبتهم تصل إلى ٥٨,١% من حجم العينة بينما اللذين لا يدركون بأن المشروع يقوم بالاختيار طبقاً للمواصفات الشرعية بلغت نسبتهم ١٥,١% من الحجاج المستهدفين في البحث.

ونلاحظ عدم إجابة ٢٦,٨% من حجم العينة على هذا السؤال وذلك من خلال الجدول رقم (٥٥).

أمـــا بالنسبة لشرعية توكيل المشروع بالنيابة عن الحجاج بتولي ذبح النسك نرى أن نسبة ٥٩,٧% يوافقـــون على هذا الرأي بينما ما نسبته ١٢,٦% يرون عكس ذلك وقد امتنع ما نسبته ٢٧,٥% من حجم العينة عن الإجابة كما نلاحظ بالجدول رقم (٥٦).

نـــرى من الجدول رقم: (٩٣) والذي يربط بين أنواع الحج ومن يقوم بالذبح في حالة عـــدم معرفة أن مشروع المملكة يتولى الذبح نيابة عن الحجاج وقد كانت الإجابة كالتالي:

- بالنســـبة لـــلمحرمين بالإفراد: نجد أن ٢,٧%حاجاً قالوا بأنه سوف يقوم بالذبح شخص متخصص وأجاب ١,٨% بأن شخص آخر سوف يتولى الذبح نيابة عنهم.
- أمـــا لـــلمحرمين بالقران: فنجد أن ٣,٥% منهم سوف يعطون مهم الذبح لجزار متخصص في حين أن ١,٢%منهم سوف يقوم شخص آخر بالذبح.
- المحرمين بالتمتع: أجاب نسبة كبيرة منهم ٢٣,٣٥ حاجاً بأن سوف يولون مهمة الذبح لجزار متخصص في حين أن ١٣,٦%حاجاً قالوا بأن شخص آخر سوف يتولى عملية الذبح نيابة عنهم.
- وقال الذين لا يعلمون نوع حجهم بأن جزاراً متخصصاً سوف يقوم بالذبح بنسبة ٣,٣%وقال ٠,٣%حاجاً بأن شخص آخر سوف يتولى المهمة.

٣,٥,٢,٦,٣ تفضيل التعامل مع المشروع من عدمه والأسباب

بالنظر إلى الجدول رقم (٦٠) نجد أن ٥٤,٣% من حجم العينة من الحجاج يفضلون التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بينما ما نسبته ٢٧,٣% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع أما ما نسبته ١٩,١% من العينة لم يجيبوا على هذا السؤال.

وعند الأسباب التي أدت إلى تفضيل التعامل مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فنجد من الجدول رقم (٦١) أن سهولة الحصول على قسائم الذبائح تحتل المرتبة الأولى في تفضيل المشروع وذلك بنسبة تصل إلى ٢١,١% من حجم العينة بينما نجد أن ١٠,٤% من الحجاج يفضلون المشروع وذلك بسبب توصية الأصدقاء والزملاء. كذلك نسبة ١٠,٧% من حجم العينة يفضلون المشروع بسبب الاقتناع بمزايا المشروع بينما نجد أن السبب في عدم التمكن من التصرف بكامل الذبيحة تصل النسبة إلى ٥,٨% من حجم العينة بينما ما نسبته ٤,٣% من حجم العينة من الحجاج يفضلون التعامل المشروع بسبب الحرص على نظافة الأماكن المقدسة. أما بالنسبة للتفضيل التعامل مع المشروع بسبب الفتوى الشرعية للمشروع تصل نسبتهم إلى ٢,٧% من حجم العينة وأخيراً نجد أن ٤٥% من الحجاج لم يقوموا بالإجابة على هذا السؤال.

أما الأسباب التي أدت إلى عدم التفضيل الذبح من خلال مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي فنجد أن هناك أسباب مختلفة ومن أهمها:

عدم العلم بوجود المشروع وتصل نسبتهم إلى ١٨,٥% من حجم العينة كذلك عدم معرفة الحجاج بمزايا المشروع أدت إلى عدم التعامل مع المشروع ونجد أن نسبتهم تصل إلى ١١,١% من حجم العينة أما ما نسبته ١٠,٤% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع لارتفاع السعر.

واجد أن هنالك من يفضلون توزيع ذبائحهم بأنفسهم وليس من خلال المشروع ونجد أن نسبتهم تصل إلى ٧,١% من الحجاج المستهدفين في الاستبيان، وهنالك نسبة ٢,٤% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع وذلك لعدم الاقتناع بشرعية توكيل المشروع وأيضا هنالك نسبة ٢,١% من حجم العينة لا يفضلون التعامل مع المشروع وذلك بسبب صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع وذلك بسبب الزحام. كذلك نفس النسبة ٢,١% من

الحجـــاج لا يفضلون المشروع لعدم الاقتناع بفعالية المشروع بسبب ما يرونه من مناظر مقززة بينما نجد أن من يتأثرون بسلوك الزملاء تصل نسبتهم إلى ١,٩% فقط من حجم العيـــنة. وقـــد امتـــنع عن الإجابة ٤٤,٢% من حجم العينة وذلك كما هو موضح في بالجدول رقم (٦٢).

يـــبين لـــنا الجدول رقم: (١٠١) والذي يقوم بالربط بين أنواع الحج وأسباب تفضيل للذبح من خلال المشروع:

- المحـــرمين بالإفراد: إن من أهم أسباب تفضيل الذبح من خلال المشروع بالنسبة لهم هو سهولة الحصول على قسائم الذبح حيث ترى نسبة٢,٤% حاجاً ذلك ويرى ٠,٤ %حجـــاج بـــأن توصية أصدقائهم كانت السبب المباشر للذبح من خلال المشروع ويـــرى ١,٢%حاجـــاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع و٠,٤% من الحجاج يرون أن ذبحهم من خلال المشروع هو حرصاً على نظافة الأماكن المقدسة ويرى ٠,٥%حاجاً بأنهم يختارون المشروع خوفاً من عدم تمكنهم من التصرف في الذبيحة بشكل كامل و نجد أن ٠,٥%حاجاً يرون بسبب الفتوى الشرعية و لم يجب ١,٩%حاجاً على هذا السؤال:
- المحـــرمين بالقران: فيرى ١,٢%حاجاً منهم أن سهولة الحصول على القسائم قادتهم للذبح من خلال المشروع وأخبر٠,٣%حجاج بأن أصدقائهم وزملائهم أشاروا عليهم بـــالذبح من خلال المشروع في حين يرى ٠,٦%حاجاً بأن اقتناعهم كان هو سبب اخـــتيارهم لـــلذبح عن طريق المشروع ونرى أن الحرص على نظافة الأماكن المقدسة كان هو سبب اختيار ٠,٣% حجاج للذبح من خلال المشروع وبسبب الخوف من عـــدم الـــتمكن من التصرف في كامل الذبحية اختار ٠,٤%حجاج الذبح من خلال المشروع ونرى أن ٠,١%حاجاً اقتنعوا بالمشروع بسبب الفتوى الشرعية وامتنع عن الإجابة ٢,٢%حاجاً.
- المحرمين بالتمتع: أن سهولة الحصول على القسائم كان هو السبب المباشر لاختيارهم لـــلذبح مـــن خـــلال المشروع ٤,٩%حاجاً في حين يرى ٤,٥%حاجاً بأن سبب اخـــتيارهم هـــو توصية أصدقائهم وزملائهم بالذبح من خلال المشروع وقال ٤,٤ %حاجـــاً بأنهم مقتنعون بمزايا المشروع. في حين أن ٣,٠% حاج بأن حرصهم على

نظافة الأماكن المقدسة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ٣,٩%حاجاً بأن عدم التصرف في كامل الذبيحة هو الذي قادهم للذبح من خلال المشروع ويرى ١,٥%حاجـــاً بأن الفتوى الشرعية كانت هي السبب في اختيارهم للذبح من خلال المشروع.

◆ الفئة التي لا تعلم نوع إحرامها: ٠,٥%حاج يرون أن سهولة الحصول على القسائم قادهم للذبح من خلال المشروع و٠,١% بسبب الأصدقاء والاقتناع بمزايا المشروع وعـــدم بسبب عدم التمكن من التصرف في كامل الذبيحة و٠,١% بسبب الفتوى الشرعية و٢,٨% لم يجيبوا على هذا السؤال.

يوضح الجدول رقم: (١٠٢) والذي يربط بين أنواع الحج وأسباب عدم تفضيل عدم الذبح من خلال المشروع:

◆ المحـــرمين بالإفراد: يرى ١,٨%حاجاً بأن سبب عدم الذبح من خلال المشروع هو عدم علمهم بوجوده في حين يرى ٠,٤%حاجاً أن السبب كان لعدم معرفتهم بمزايا المشـــروع و٠,٣% حجاج يرون أن الأسعار مرتفعة و٠,٣% حاجاً يؤكدون بعدم اقتـــناعهم بفعاليـــة بالمشروع ويقول ٠,٤% حجاج بأنهم يفضلون توزيع ذبيحتهم بأنفســـهم ويرى ٠,١%حاجاً واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع و٠,١ %حجاج تأثروا بسلوك أصدقائهم وزملائهم ويرى ٠,١%حاجاً أن صعوبة الوصول إلى مراكـــز التوزيع هي سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع و لم يجب على هذا السؤال ٤,٨% حاجاً.

◆ المحـــرمين بالقـــران: يرى ١,١%حاجاً بأن عدم علمهم بالمشروع هو سبب عدم تفضيلهم الذبح من خلاله ويرى ٠,٦%حجاج أنهم لا يعرفون مزايا المشروع ويرى ٠,٣%حاجـــاً بـــأن ارتفـــاع الأسعار هو الذي أجبرهم على عدم الذبح من خلال المشـــروع ويـــرى ٠,١%حجـــاج بأنهم غير مقتنعين بفعالية المشروع ويفضل ٠,١ %حاجاً الذبح بنفسه ويرى حاج واحد بأنه غير مقتنع بشرعية توكيل المشروع ونجد ٠,١%حجـــاج مـــتأثرون بســـلوك زملائهم ويرى ٠,١%حاجاً أن مراكز التوزيع يصعب الوصول إليها لذلك لا يفضلون الذبح من خلال المشروع وامتنع عن الإجابة ١,٧% حاجاً.

◆ المحـرمين بالتمتع: يرى ١٥,١%حاجاً بأن عدم تفضيلهم الذبح من خلال المشروع يعـود إلى عدم علمهم بوجوده من قبل أو عدم معرفتهم بمزايا المشروع ٩,٤%حاجاً أو بسـبب ارتفاع الأسعار كما يرى ٩,٤%حاج أو عدم الاقتناع بفعالية المشروع ١,٥% ومـنهم مـن يفضل الذبح بنفسه ٦,٤%حاجاً وهناك ٢,٣%حجاج غير مقتـنعين بشرعية التوكيل للمشروع و١,٨% حجاج متأثرون بسلوك زملائهم ١,٦ %حاجـاً يرون بأن الوصول إلى مراكز التوزيع صعب جداً. وهناك نسبة كبيرة جدا تصل إلى ٣٦,٢%حاج امتنعت عن الإجابة على هذا السؤال.

• الفـئة الـتي لا تعلم بإحرامها: ٠,٤% حجاج لا يعلمون المشروع من قبل و٠,٥ حجاج لا يعرفون مزايا المشروع ٠,٤%حجاج يعتقدون بأن الأسعار مرتفعة و٠,٢ غـير مقتـنعين بفعاليـة المشروع. ويفضل ٠,٣%حجاج منهم الذبح بنفسه ٠,٢ %صعوبة الوصول إلى مراكز التوزيع و لم يجب على هذا السؤال ١,٦%حاجاً.

٣,٥,٢,٦,٤ سعر الذبائح بالمشروع:

تعتبر الأسعار من أهم العوامل في سلوك الأفراد تجاه التعامل التجاري وهو المؤثر الرئيسي في زيادة ونقص عدد المتعاملين والمستهلكين.

ومـن الجدول رقم (٦٣) نرى أن هناك نسب متفاوتة حول سعر الذبائح حيث نرى أن أسعار المشروع في نظر الحجاج مرتفعة ونجد أن نسبة ٣٠,١% من حجم العينة يعتقدون ذلـك بيـنما يرى ١٢,٦% من حجم العينة أن أسعار مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي أقل من البدائل الأخرى بينما يجد ١٤,٥% من حجم العينة أن الأسعار متقاربة مع البدائل الأخرى. أما بالنسبة لعدم العلم بالأسعار فنجد أن ما نسبته ٢٢,٥% مـن حجـم العينة يرون ذلك. بينما ما نسبته ٢٠,٢% من الحجاج لم يجيبوا على هذا السؤال.

٣,٥,٢,٦,٥ الأعمال التي يقوم بها المشروع ويشرف عليها:

كما هو واضح من العنوان سيتم تناول الأبعاد الخاصة بنظرة الحاج حول المشروع وتقبله للخدمات المقدمة.

١,٥,٦,٢,٥,٣ الإشراف من قبل الحكومة من عدمه:

نلاحظ ما لجدول رقم (٦٥) أن ما نسبته ٥٠,٨% من حجم العينة من الحجاج يعتقدون بأن حكومة المملكة العربية السعودية لا تشرف على هذا المشروع. بينما امتنع عن الإجابة ٣٣% من الحجاج الذين استهدفهم الاستبيان.

٣,٥,٢,٦,٥,٢ إجازة توكيل المشروع من قبل هيئة شرعية

يدرك الكثير من الحجاج تصل نسبتهم إلى ٥٥,٤% من حجم العينة أن توكيل مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بالذبح نيابة عنهم جائز بينما لا يدرك ذلك نسبة تصل إلى ١٢,٥% من الحجاج. أما الذين امتنعوا عن الإجابة فتصل نسبتهم إلى ٣٢,١% من أفراد العينة المستهدفة ويتضح ذلك من الجدول رقم (٦٦).

أما من الجدول رقم (٦٧) نستنتج كذلك أن الكثير من الحجاج تصل نسبتهم إلى ٥٦,٧ % من الحجاج يدركون إلى أن هيئة شرعية متخصصة أجازت توكيل الحاج للمشروع بالذبح نيابة عنه بينما تصل نسبة الذين يعلمون ذلك إلى ١١,١% من حجم العينة بينما امتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٢,٢% من الأفراد.

٣,٥,٢,٦,٥,٣ اختيار الذبائح وتذكيتها للمواصفات الشرعية.

بالنسبة لمراعاة المواصفات الشرعية من قبل المشروع يدركها الحجاج بما نسبته تصل إلى ٥٧,١% من حجم العينة بينما ١٠,٧% من حجم العينة يشكون في ذلك بينما امتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٢,١% من حجم العينة ويتضح ذلك من الجدول رقم (٦٨)

بالنسبة لمعرفة الحجاج بالمشروع يقم بتزكية الذبائح وفقاً للمواصفات الشرعية ضمن الجدول رقم (٧٢) نجد أن ما نسبته ٤٢% من الحجاج يدركون هذا الشيء بينما نجد أ، ما نسبته ٢٥,٩% من حجم العينة يرون أنه لا يتم التزكية طبقاً للمواصفات الشرعية وذلك من قبل المشروع. أما ما نسبته ٣٢,١% من الأفراد فلم يجيبوا.

٣,٥,٢,٦,٥,٤ عملية شراء الذبائح وتأمين الجزارين من قبل المشروع:

لتغطية الطلب الكبير على الذبائح خلال موسم الحج لابد من الاعتماد على مصادر خارجية ويقوم مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بشراء الذبائح مباشرة من مصادره الخارجية.

وبالنظر إلى الجدول رقم (٦٩) نجد أن نسبة ٤٢,٨% من الحجاج لا بد من الاعتماد على مصادر خارجية ويقوم مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي بشراء الذبائح مباشرة من مصادرها الخارجية.

وبالنظر بالجدول رقم (٦٩) نجد أن نسبة ٤٢,٨% من الحجاج يرون إلى أن المشروع يقوم بشراء الذبائح مباشرة من مصادرها الخارجية بينما يرى ٢٣,٩% من الحجاج بأن المشروع لا يقوم بالشراء مباشرة من مصادرها الخارجية بينما امتنع عن الإجابة ما نسبته ٣٣,٣% من الحجاج المستهدفين في البحث عن الإجابة.

أما عن إشراف مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي مباشرة على عملية نقل الذبائح بحيث لا يعتمدون على جهات نقل أخرى نجد أن ٤٧,٦% من الحجاج يرون أن المشروع يقوم بالإشراف مباشرة على عملية نقل الذبائح بينما يرى ١٩,٤% من الحجاج إلى أن المشروع يعتمد على جهات أخرى في عملية نقل الذبائح من والى المشروع بينما هناك ٣٣% امتنعوا عن الإجابة وذلك كما هو ظاهر بالجدول رقم (٧٠).

إن توفير جزارين متخصصين للقيام بعمليات ذبح النسك في مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي يوفر كثيراً على المشروع ويقدم خدمات جليلة للحجاج ويدرك معظم الحجاج ذلك كما هو موضح بالجدول (٧١) حيث نجد أن نسبتهم تصل إلى ٥١,٥% من حجم العينة من الحجاج بينما هنالك نسبة ١٥,٨% من الحجاج يرون عكس ذلك أما عن الذين امتنعوا عن إجابة فتقدر نسبتهم بـ ٣٢,٧% من حجم العينة.

٣,٥,٢,٦,٥,٥ تنظيم الذبائح والتخلص من النفايات من قبل المشروع:

أن حكومة المملكة العربية السعودية وحرصها على صحة الحجاج وتوفير الأجواء الصحية حتى يتمكنوا من أداء مناسك الحج تهتم كثيراً بالتخلص من النفايات الناتجة عن الذبائح في شـــهر الحج. وبما أن مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي من ضمن أحد الجهـــات الـــتي تشرف عليها الحكومة نجد الاهتمام بالتخلص من النفايات بطريقة تراعي صحة الحجاج ونظافة البيئة. ويدرك هذه الأشياء الكثير من الحجاج فنرى من الجدول رقم (٧٣) إلى أن نسبه كبيرة تصل إلى ٥٣,٨% من حجم العينة يرون إلى أن المشروع يهتم بالنظافة ويراعي صحة الحجاج.

بينما يعارض ذلك ١٣,٩% من الحجاج ويرون العكس تماماً. أما من امتنعوا عن الإجابة على هذا الاستفسار فتصل نسبتهم إلى ٣٢,٣% من حجم العينة.

٣,٥,٢,٦,٥,٦ توزيع لحوم الذبائح على الفقراء بالحرم والدول الإسلامية.

إن مـــن الأمور التي يقوم بها مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي هو قيامه بتوزيع لحوم ذبائح النسك على فقراء الحرم.

ونلاحـــظ مـــن الجـــدول رقم (٧٤) أن ما نسبته ٥٣,٢% من حجم العينة من الأفراد يدركـــون إلى أن مشروع الإفادة يقوم بتوزيع الذبائح على فقراء الحرم بينما يرى عكس ذلك ما نسبته ١٣,٧% من حجم العينة.

كذلـــك نجـــد أيضـــاً أن المشروع يقوم بنقل ما يفيض عن حاجة فقراء الحرم إلى الدول الإســـلامية وتوزيعهـــا على الفقراء. فهناك ما نسبته ٥٢,٢% من الحجاج يدركون هذا الشـــيء بيـــنما هناك نسبة ١٩,٥% من حجم العينة يرون عكس ذلك هو أن المشروع لا يقـــوم بـــنقل الفـــائض إلى الدول الإسلامية وتوزيعها على الفقراء وأخيراً نلاحظ أن مـــن امتـــنعوا عـــن الإجابـــة مـــا نســـبتهم ٢٨,٣% من حجم العينة وذلك موضح في الجدول رقم:(٧٥).

٣,٥,٣ هل توجد فروق بين قبل وبعد الحج:

والإجابة لا توجد فروق بين قبل وبعد الحج من حيث إدراك ووعي الحاج وذلك حسب الجداول أرقام: (٥٣) و (٥٤) و (٥٥). ولعل المقلق في الأمر أن الجدول رقم (٥٤) يعكس لنا أن الوسائل غير الإعلامية كالأقارب والبعثة والحجاج الآخرين أكثر فعالية من الوسائل الإعلامية وخاصة بعد الحج. مع وجود نسبة كبيرة جاهلة بالمشروع قبل وبعد الحج الأمر الذي يجعلنا نعتقد بعدم فعالية وقدرة الوسائل الحالية في إيصال المشروع وأهدافه للحاج. وأن هناك حاجة ملحة لتطوير وسائل مغايرة ومختلفة عن الوسائل الحالية في التعامل مع المشروع وإيصال أهدافه ورسالته للمستهلك الحاج الذي يهتم بالقيام بالدور الصحيح استنادا على الجهد المبذول منه.

الاستراتيجية التسويقية العامة للإفادة من لحوم الهدى مشروع المملكة العربية السعودية

٤ مقدمة:

الذبـــح للهدى نسك هام يقوم به الحاج لغرض إتمام حجة الفريضة له، وعادة ما يتكـــلف الحاج الكثير للقيام بها ولا تتاح له الفرصة دوما لتكرارها. لذلك يحرص الحاج على أن تسير العملية بصورة صحيحة نظرا لأهميتها الروحية له علاوة على المشقة والكلفة التي سيتحملها للوصول لهدفه وهو أن يتقبل الله عمله ويثيبه عليه. لذلك يتوقع أن يكون الحـــاج حريصـــا عـــلى أداء الشـــعيرة بدون شوائب أو شكك. وعليه سنركز عند بناء الاستراتيجية على تحقيق هذا البعد من قبل المشروع. وهو طمأنة الحاج إلى أن المشروع له نفس درجة الحرص والرغبة في أن يكون حج الحاج كاملا خالي من الشوائب فيما يختص باختيار وذبح وإيصال الذبيحة لمستحقيها كما جاء في القرآن ومراعية للمذهب المتبع من قبل الحاج.

ونهدف من بناء الاستراتيجية لتحقيق هدف مشروع المملكة العربية السعودية وهو أن يذبح جميع الحجاج هديهم وصدقاتهم من خلال المشروع حتى تكون الفائدة أقصى ما يمكن. وبالتالي القضاء على الجوانب السلبية للذبح خارج المشروع وزيادة استفادة فقراء المسلمين من الذبائح في مختلف دول العالم بعد اكتفاء.

ترتكـــز الاستراتيجية المراد تطبيقها خلال العام الحالي ١٤١٩ هـــ على بناء بعد إيجـــابي يربط بين الحاج والمشروع هدفه دعم الحاج في أداء نسكه بيسر وسهولة وإتاحة الفرصة له لخدمة فقراء المسلمين بإيصال الهدى والصدقات لهم بعد أن يكتفي فقراء الحرم مصداقا لقوله تعالى (والبدن جعلناها لكم من شعائر الله لكم فيها خير فاذكروا اسم الله عليها صواف فإذا وجبت جنوبها فكلوا منها وأطعموا القانع والمعتر كذلك سخرناها لكم لعلكم تشكرون) سورة الحج ٣٦.

وعند بناء الاستراتيجية نود أن نركز على أهمية تقليل التكلفة إلى أبعد حد حتى لا يتحمل الحاج تكاليف ليس لها صلة سوى جذبه نحو الذبح في المشروع. وبالتالي سيكون

الخيار المراد تنفيذه هو أُقل الخيارات تكلفة وأكثرها فعالية في إقناع الحاج بدور المشروع خاصة وأن الوعي بالمشروع لا يعتبر جيد.

وهـــناك نوعـــان من الاستراتيجيات المراد تطبيقها واحدة تختص بالحاج والأخرى تختص بالمنافسة واحتوائها.

٥ رسالة ورؤية المشروع:

ونســـتعرض في هـــذا الجزء رسالة المشروع ورؤيته حتى نظهر الأسس التي بنيت عليها الاستراتيجية وتهدف لتحقيقها. فالأبعاد والأدوات المستخدمة ستكون مركزة على تحقيق رسالة المشروع والوصول لهذه الرؤيا.

ورســـالة المشروع هي " يسعى مشروع المملكة العربية السعودية للإفادة من لحوم الهـــدى والأضـــاحي كمشـــروع خيري إلى إفادة فقراء المسلمين من لحوم الهدى خارج الممـــلكة بعد اكتفاء فقراء الحرم. وتمكين الحاج من أداء نسكه بيسر وسهولة، مع الحرص على ضمان نظافة البيئة في الحرم".

تم اســـتخدام رؤيـــا طورها الباحثون وتدور حول (**فكلوا منها وأطعموا البائس الفقير**) وبالتالي نهدف من هذه الرؤيا الإيضاح للحاج حقيقة هامة وهى أن الحاج سينال الأجر نتيجة لأدائه جزء من الشعيرة الدينية بسبب قيامه بالذبح مع المشروع لأن المشروع ونيابة عن الحاج سيوصل الذبائح للفقراء المستحقين. وهنا يجب أن نركز على بعد إعادة الهيكلة وتخفيض سعر الذبيحة كجزء من الاستراتيجية التي سيتم تنفيذها هنا.

٦ أولاً: استراتيجية المستهلك:

وعناصر الاستراتيجية التي نسعى لتنفيذها هي:

١. أدوات تعكس رسالة المشروع وهدفه وإقناع الحاج بها وجدوها.
٢. خفض تكلفة الذبيحة وخاصة الجزء المدفوع من الحاج للحصول على خدمات المشروع.
٣. الوسائل الإعلامية المستخدمة لإيصال الرسالة.
٤. الإعلان موجه بلغة الحاج صوتا وكتابة.
٥. أن يتم عرض ثلاثة أنواع من الكوبونات مختلفة السعر.

٦،١ أدوات الاستراتيجية:

سيتم استخدام عدد من الأدوات الهامة التي ستعطى رسالة واضحة للحاج حول المشروع الخيري وهدفه وتطمئنه على نسكه بدون أي شوائب. وتتكون هذه الأدوات من العناصر التالية:

١. عقد الالتزام.
٢. كوبونات مختلفة التوقيت للذبح.
٣. منشورات تشجيعية.
٤. فيلم لمدة دقيقة واحدة.
٥. وشريط أوديو.
٦. مطويات.
٧. المعلقات.
٨. اللغة المستخدمة.

٦,١,١ عقد الالتزام:

عادة ما يهتم الفرد عندما يجد نفسه أمام علاقة تعاقدية من خلالها يضمن أن الطرف الآخر سيلتزم بهذا العقد وسيحترمه ويضمن نقل العبء والذنب عنه. عادة ما

يهـــتم الفرد بالكلمة المكتوبة كنوع من الالتزام الحرفي حتى يطمئن الحاج من إتمام نسكه بطـــريقة صحيحة. فالتكاليف التي يتعرض لها الحاج ورغبته في الأجر تجعله حذرا. ويعتبر أسلوب جديد وغير متعارف عليه عالميا إلا من خلال الضمانات المقدمة للسلع والمنتجات الكماليـــة. واستخدامه هنا هو نوع من الضمان للحاج ونقل أي مسؤولية لجهة مسؤولة تخاف وتراعي الله في أعمالها. وبالتالي يتوق أن تكون وسيلة جذب وطمائنة للحاج حول إتمامه لنسكه حيث نجد أن هناك نبرة عدم ثقة وخاصة عند قيامنا بالدراسة النوعية.

ونقترح نص العقد كالتالي مع كتابته بلغة الحاج:

عقد التزام

يلـــتزم البـــنك الإسلامي كطرف أول وهو هنا المشرف والمنفذ لمشروع المملكة العربية السعودية للإفادة من لحوم الهدى والصدقات.

تجاه الحاج :..............................(اسم الحاج).

١. أن يقوم باختيار الذبيحة التي تتفق مع الشروط الشرعية للهدي والصدقات.
٢. أن يـــتأكد مـــن مـــراعاتها للشـــروط الصحية وأن يتم ذبحها بالأسلوب الشرعي الإسلامي.
٣. أن يفيـــد فقراء المسلمين من المقيمين في منطقة الحرم وبعد اكتفائهم يقوم بإيصالها لفقراء المسلمين حول العالم.
٤. وان يقدم البنك الإسلامي للتنمية جزء من الذبيحة للوكيل حال طلبه لها.

طرف أول:	طرف ثاني:
البنك الإسلامي	الحاج:

٦,١,٢ كوبونات الذبح الزمنية:

جــزء كبير من الحجاج يستند في كون المشروع يهمل بعد ديني هام حول الذبح في نفس اليوم ويتم بالتالي عرض ٣ أنواع من الكوبونات كل كوبون يحدد يوم الذبح من خلالــه. فلأغــنام المذبوحة في اليوم الأول لها كوبون محدد ويكون سعره أعلى من اليوم الــتالي بـــ ٣٠ ريال والذبح في اليوم الثاني أعلى من اليوم الثالث بثلاثين ريال. مع أهمية إصــدار الكوبونــات بالحاسب الآلي ومن خلال رقم الكوبون يستطيع الكمبيوتر اطلاع المشــتري الوقت الذي سيتم ذبح الذبيحة إنشاء الله ويطبع له. لأن الذبح في المجزرة يتم بحجــم محــدد كل يوم وبالتالي لن تكون هناك صعوبة في الإجابة على الحاج الراغب في معــرفة وقت تزكية ذبيحته. وهذا يساعد على الاستجابة لعدد كبير من الحجاج الراغبين في الذبح مع المشروع بما يتفق مع مذهبهم.

٦,١,٣ المنشورات:

وهــي عبارة عن صفحة يركز فيها على تطور الخدمة المقدمة وحجم المستفيدين كــل عام داخليا وخارجيا. الهدف تكوين نوع من الاعتقاد بالدور الذي يقوم به البنك لــتحقيق الاســتفادة من اللحوم. وهي عبارة عن ورقة فيها جدول ورسم بياني فقط مع الرؤية الخاصة بالمشروع (**فكلوا منها وأطعموا البائس**). وأهمه أن الذبح وتواجد الذبيحة في المشــعر الحــرام وليس في مكان آخر. يضاف لها أهمية سرعة التوصيل لمختلف الدول الإسلامية للذبائح.

٦,١,٤ المطويات:

ويحقــق من خلالها بعدين الأول يهتم الحاج بتواجدها معه كل وقت ويستخدمها وعلي جنبها يتم طباعة خارطة لمنطقة المشاعر أو ما هو مطلوب منه لإكمال ركن الحج وحسب المذهب الذي يتبعه الحاج (حتى لا يستشعر بتواجد تميز أو أن الخلاف في التطبيق لن يهتم به). والهدف منها استمرار تذكير الحاج بالمشروع وربما تحدثه مع غيره عند الراحة حول المطويــة والجوانب الإيجابية فيها. وأن الذبح يجب أن يتم المشعر الحرام وأن الذبائح شرعاً يجب أن تساق إلى المشعر الحرام وليس في دولهم. وحجم الاستفادة منه.

٦,١,٥ المعلقات:

وهـــي وسائل تعريف كبيرة يستخدم من ضمناه العقد في الخلفية أو المنشور مع التركيز بخـــط كبير على رؤية المشروع (فكلوا منها وأطعموا البائس). والتحدث في جملة بسيطة أو جملتين هن هدف المشروع مثل :

(تأكد من إتمامك لنسكك بنحر هديك بالأسلوب السليم مع المشروع).

(ساعد المسلمين في الاستفادة من لحوم هديك تعاون مع المشروع).

(فقراء المسلمين لهم نصيب في لحم هديك (وأطعموا البائس الفقير) أذبح في المشروع)

(مشروع المملكة يوفر لك:

ذبيحة شرعية ... ويوصلها لمستحقيها.)

(دعمك للمشروع يعنى فائدة لفقراء المسلمين)

(أليسوا هم أحق بها بدلا من تركها)

مع وضع صور توضح الذبح في المشروع وصور للمستفيدين من مختلف دول العالم.

وأن الذبح يجب أن يتم في المشعر الحرام ويساق الهدى إلى مكة المكرمة.

٦,١,٦ الفيلم:

وتكـــون مدتـــه دقيقة واحدة يدور حول المستفيدين من المشروع ومراحل الذبح داخل المشروع ويتحدث فيه معالي الدكتور أحمد على عن هدف المشروع. وتتكون من العناصر التالية:

١. اختيار الذبيحة.
٢. الذبح بما يتفق مع الشرع.
٣. التوزيع لفقراء الحرم (وليس للمتحلقين حول المشروع) صور لأربطة مكة.
٤. التوزيع لفقراء المسلمين في مختلف دول العالم.
٥. أن الذبيحة يجب أن تساق وتذبح في المشعر الحرام.

٦,١,٧ شريط أوديو:

وهـــو شريط صوتي يركز على جوانب إيجابية في المشروع وخاصة النفع للحاج ولفقـــراء المسلمين مع التركيز على الآية القرآنية (وأطعموا البائس الفقير). وهذه الجوانب هي:

١. اختيار الذبيحة
٢. الذبح بما يتفق مع الشرع.
٣. التوزيع لفقراء الحرم (وليس للمتحلقين حول المشروع).
٤. التوزيع لفقراء المسلمين.
٥. دبلجة أصوات في الخلفية مهمة (للمواشي والدعاء من المستفيد).
٦. مع التركيز أن الذبح والهدى يجب أن يكون في المشعر الحرام.

٦,١,٨ اللغة المستخدمة:

لإنجـــاح الســـابق يجب أن تكون الأدوات السابقة بكافة لغات الحجاج وبدون اســـتثناء من خلال ترجمة صحيحة وما يقابلها وليس بترجمة حرفية. وعادة ما يعنى ذلك استخدام تسعة لغات هي السائدة في الدول الإسلامية.

٦,٢ الوسائط المقترحة:

الفيلم والمنشورات والمطويات يقترح عرضها ونشرها في المواقع التالية وقبل دخول أو مع دخول وتواجد الحاج وقبل بدئه بالنسك:

١. ســفارات المـــلكة حيـــث يتحصل الحاج على التأشيرة. (منشورات، معلقات، مطويات، وعقد الالتزام والفيديو والأديو)
٢. مع جوازات الحجاج (عقد الالتزام والمطوية).
٣. في الطائرات (عقد الالتزام والمطوية).
٤. في مركـــز استقبال الحجاج في المطارات (معلقات، فيديو، أوديو، منشورات، عقد الالتزام، مطوية).
٥. في مراكز التفويج (معلقات، فيديو، أوديو، منشورات، عقد الالتزام، مطوية).

٦. التلفزيون السعودي (فيلم الفيديو).

٧. الراديو (الشريط).

٨. حول المسجد الحرام والمسجد النبوي (معلقات، منشورات، ستاند).

ويجب إيضاح أن تأثير الصحف وحسب الدراسة غير مجدي ومكلف مقابل هذه الوسائط وبالمعلقات.

٧ ثانياً: استراتيجية احتواء المنافسة:

هناك جانبان للمنافسة الأول ويرتكز على بيع الذبيحة من صغار التجار والثاني القائمون بعمـــلية تذكية الذبيحة. وكلاهما معا يمثلا عنصر المنافسة والاستراتيجية ترتكز على إلغاء دور الفـــئة الـــثانية مـــع السماح للأولي بالعمل والمنافسة وتحيد فائدهما من الذبح المباشر الرخيص.

٧,١ صغار التجار:

وتســتند هذه الاستراتيجية على التركيز على جانب العرض وتحييد دور المنافسين خارج المشـــروع. من خلال استقطابهم وجعل عملية الشراء والذبح تتم تحت سيطرة المشروع ويســـدد الحـــاج تكلفة الذبح. ويتم ذلك من خلال نقل المنافسة خطوة أعلى حيث يتم تخصص واحدة من المجازر المتوسطة (ثمانون ألف رأس (المعيصم)) لصالح احتواء المنافسة.

وتـــتم العملية من خلال تحديد واحدة من المجازر الثلاث التي يتم تشغيلها من قبل البنك وخاصـــة مجـــزرة المعيصم رقم (١). ويؤجر كل واحد من المستأجرين الحاليين في المجزرة البديلة واحد من الحظائر الحالية التي يخزن فيها المتعهد لصغار التجار وأمام كل حظيرة يتم وضع كشك يتواجد فيه شخص من قبل البنك الإسلامي ومن قبل المؤجر. ويتجه الحاج الـــراغب في الشراء من التجار للمفاصلة وتحديد السعر للكشك ويتفق مع مندوب التاجر ويختار الذبيحة. ومن ثم يسدد لمندوب البنك قيمة وأجور الذبح والتخزين والنقل والتوزيع مع إعطائه الحق في الحصول على الذبيحة. ويتجه بعدها للساحة مع الذبيحة وتذبح أمامه كما يتم حاليا مع الوكلاء. والمساحة كافية لدخول الفرد وقيامه بالنسك هنا والطاقة مائة

ألـــف كافيـــة لاحـــتواء المنافسة. ولكن يجب تنظيم حركة الدخول والخروج من المجزرة بصورة تضمن عدم الازدحام وسهولة الحركة.

فالمنافســـة حاليا ومن خلال الذبح العشوائي وترك الذبائح تستفيد من فرق تقديم الخدمة وتـــباع المواشي بسعر أفضل. فالحاج يقارن السعر النهائي للذبيحة مع البنك (سعر البنك يعكـــس سعر الرأس مضاف له الذبح والتوزيع وخلافه). والتاجر يبيع الذبيحة بسعر أقل وعادة ما تكلف عملية الذبح ١٠ ريال فقط. وهنا يستطيع التاجر أن يكسب من تسعيره مع انخفاض كلفة الذبح بصورة أكبر.

٧,٢ المزكيين:

وبالنســـبة للراغبين في العمل ولاحتواء الحاجة للعمالة يمكن أن نكون وظائف للجزارين المؤقـــتين يـــتم عرض وظائف مؤقتة في المجازر لهم في نفس الموسم. والهدف هو احتواء التـــنافس من قبل الجهتين المؤثرة والمعرقلة للبنك للقيام بدوره. ويمكن توجيههم للعمل في المجزرة من خلال توظيفهم للعمل وبسعر رمزي أو مكافأة وبأسلوب يختلف عن الأسلوب الحالي المستخدم من قبل البنك. وعادة ما يكونوا من الأفراد العاملين في المطابخ في منطقة جدة ومكة.

٨ ثالثا: استراتيجية تحيد الموردين:

ونهـــتم مـــن خلال هذه الاستراتيجية بالقضاء على الضغوط الاحتكارية من قبل الموردـــين الحـــالين نظرا لصغر حجمهم (ثلاثة أو خمسة إذا أضفنا متوسطي الحجم) من خـــلال إتاحـــة الفرصة للدول الإسلامية أعضاء البنك الإسلامي في الدخول في المناقصة بهدف زيادة حجم المنافسة وعدم قصرها على التجار المحليين نظرا لأن هدف المشروع غير ربحي وفائدته يجب أن تعم المسلمين.

٩ الاستنتاجات:

ويمكن تقسيم الاستنتاجات إلى أجزاء رئيسية هي كالتالي:

٩,١ المنافسة:

- أن اكــثر أنواع الخرفان المتوفرة هي البربري والحري ويرجع ذلك إما لتفضيله عن غيرة أو توفره بشكل كبير أو انخفاض سعره.
- تتراوح أسعار المواشي لدى أفراد العينة ما بين ٢٠٠ إلى ٤٠٠ ريال
- تتراوح متوسط أسعار الذبائح المشتراة ما بين ٢٦٠ – ٤٠٠ ريال.
- حــددت نسبة من أفراد العينة المساهمة كصيغة للتعاون مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي .
- لا يقوم المشروع بعملية الذبح في أيام التشريق ويعتبر ذلك من أسباب عدم تعاون الملاك مع المشروع .
- لم يتم تحديد المصادر التي يحصل الملاك على المواشي منها .
- مواقع الحظائر التي يمتلكها أصحاب الحظائر في المجزرة البديلة تتركز في مواقع محددة كموقع الشرائع والعسيلة .
- هــنالك نسبة كبيرة من أفراد العينة لا يمتلكوا احواش ويعتبروا تجار مواشي وليسوا منتجين.
- هــنالك نسبة كبيرة من حجم العينة ترغب في التعاون مع المشروع وذلك ضمن صيغة محددة كالقيام باستيراد المواشي للمشروع أو القيام بالبيع من خلال المشروع.
- يرجع بعض أفراد العينة أسباب عدم التعاون مع المشروع وذلك لان المشروع يعتبر منافس خطير يؤثر على أعمالهم.
- يلاحــظ أن هنالك نوع واحد من الماعز والذي يقوم المنافسون بتوفيره وهو الماعز البيشي.

٩,٢ المستهلك:

- أكثر أنواع ذبح النسك انتشاراً هو الهدي ثم يأتي بعد ذلك الأضاحي.
- عدم الاستفادة الشخصية من الذبائح من قبل نسبه كبيرة من الحجاج ويكون مصير الجزء غير المستفاد من معظمه ترك في مكان الذبح.
- كثرة توافر مراكز الحصول على القسائم (الكوبونات) له دور كبير في تسهيل شراء الحجاج لهذه الكوبونات.
- نستنتج بالنسبة للعلم بوجود المشروع إلى أن نسبة ليست بالقلية لا يعلمون بوجود المشروع وممكن أن يرجع ذلك إلى عدم انتشار فروع للمشروع وليس هناك طريقة لإيصال المعلومات عن المشروع للحجاج لذلك يجب توعية ونشر إعلان عن أعمال المشروع ونتائجه وخدماته.
- مستوى التعليم للحجاج ينحصر بين المستوى الثانوي والجامعي.

٩,٣ المشروع:

- أسعار الذبائح في المشروع عالية مقارنة بالبدائل الأخرى.
- إن من أكثر الأسباب عدم تفضيل الذبح من خلال المشروع عدم علمهم بوجود المشروع أو خدماته.
- كانت للفتوى الشرعية بجواز توكيل المشروع عنهم في عملية ذبح النسك لها فاعليه جيدة في سلوك الحجاج بالتعامل مع المشروع.
- من أسباب تفضيل الحجاج والتعامل مع المشروع توفير الجهد وسهولة الحصول على القسائم كذلك الفتوى الشرعية بالإضافة إلى مزايا المشروع الأخرى .
- نجد أن أكثر مواقع الشراء من المجزرة ثم من الباعة المتجولين.
- نسبه كبيرة من الحجاج لا يدركون البدائل المتاحة أمامهم للذبح.
- نستنتج من الإجابات بان مشروع الافاده من لحوم الهدي والأضاحي ناجح ومقبول لدى كثير من الحجاج لكن هنالك مشكلة تتمثل في عدم معرفة الحجاج عن المشروع بنسب متفاوتة بين ٧% إلى ١٤% من حجم العينة عن المشروع والأعمال التي يقوم بها .

- هنالك طرق ذات فاعليه كبيره للتعرف على المشروع وهم المطوفين ورؤساء بعثات الحج.
- هنالك ما نسبته ٧% إلى ١٤% امتنعوا عن الإجابة على بعض أسئلة الاستبيان أو تجاهلوها لعدم معرفتهم بالإجابة.
- هنالك نسبه كبيره من الحجاج ذوي الجنسية التركية لا يعرفون بوجود المشروع وذلك يعود إما لتفضيلهم الذبح خارج المشروع أو لعدم معرفتهم بالمشروع.
- يرغب حجم كبير من أفراد العينة في التعاون مع مشروع المملكة للإفادة من لحوم الهدي والأضاحي .
- يفضل الكثير التعامل مع المشروع ويرجع ذلك لسهولة الحصول على قسائم الذبح أو لتوصية الأصدقاء.
- يقوم المشروع بتوزيع لحوم الذبائح على الفقراء في الحرم كذلك على الفقراء في الدول الإسلامية الأخرى.
- يقوم معظم الحجاج بشراء نسكهم بأنفسهم والبعض يعتمد على أقرباء لهم أو بواسطة المشروع أو رئيس البعثة الحجية.
- يلاحظ أن معظم أفراد العينة من العاملين بالقطاع الخاص.
- يلاحظ أن نسبه كبيره من الحجاج الأتراك قد حجوا اكثر من مره.

١٠ التوصيات:

١. توفــير مساحة قريبة من الحظائر وذلك لوضع المواشي التابعة لهم حتى يمكن تلبية طلبات الحجاج بأسرع وقت ممكن وبأقل تكلفة وجهد ممكنان

٢. إعطاء أولوية لتوعية الحجاج بأنواع الحج وعلاقته بالذبائح.

٣. الــتركيز عــلى توعية الحاج ببدائل الذبح المتوفرة ومزايا الذبح من خلال المشروع.

٤. الأخذ في الاعتبار عند تصميم حملات التوعية أن متخذ قرار الذبح هو الحاج، وان لــرئيس البعــثة تأثيرا هاما في القرار وبالتالي اعتبارهما المستهدفين من حملات التوعية.

٥. إعــادة النظر في تحجيم المجاور (downsizing) و توسيع رقعتها الجغرافية لتشمل اكبر قدر من الحجاج.

٦. دراسة تصميم آلية تسيطر على سلبيات إلقاء مخلفات الذبح في مكان الذبح، وعــدم الاســتناد المطلق إلى عدم نظامية الذبح خارج المشروع. حيث أن الآليات الإلزامية لجهات الرقابة غير فعالة بدرجة كافية.

٧. إعــادة النظر في آليات تقويم حملات تسويق خدمات المشروع في السابق، إذ توجد نسبة كبيرة من الحجاج ليس لديها أي علم بوجود المشروع.

٨. الــتركيز عــلى وســائل الإعلام والإعلان الفعالة في موطن الحاج لإعلامه بالمشروع والإعلان عن خدماته وإيجابياتها.

٩. الــتركيز عــلى إبراز التزام المشروع بالمواصفات الشرعية للذبح في اتصالاته الإعلامية والتسويقية.

١٠. تــرويج فــتوى جواز التوكيل للذبح لغرض زيادة المستفيدين من خدمات المشروع.

١١. تطعيم الحملات الإعلامية والتسويقية بمزيج من سلبيات الاعتماد على الذات وعــلى الغير في الذبح خارج المشروع، كاستراتيجية ردع تساهم في تفعيل

الحملات الإعلانية والتسويقية لبعض الحجاج الذي تكون درجة استجابتهم أسرع لهذا النوع من التصوير للواقع.

١٢. توضيح مبررات فوارق السعر بين الذبح من خلال المشروع والذبح خارج المشروع، لترشيد قرار الحاج الخاص بالذبح وجعله يميل إلى اتخاذ قرار الذبح من خلال المشروع.

١٣. توضيح ابتعاد المشروع عن الأهداف التجارية، وتركيزه على الأهداف السامية المرتبطة بقرار تأسيسه من خلال الحملات الإعلامية المركزة.

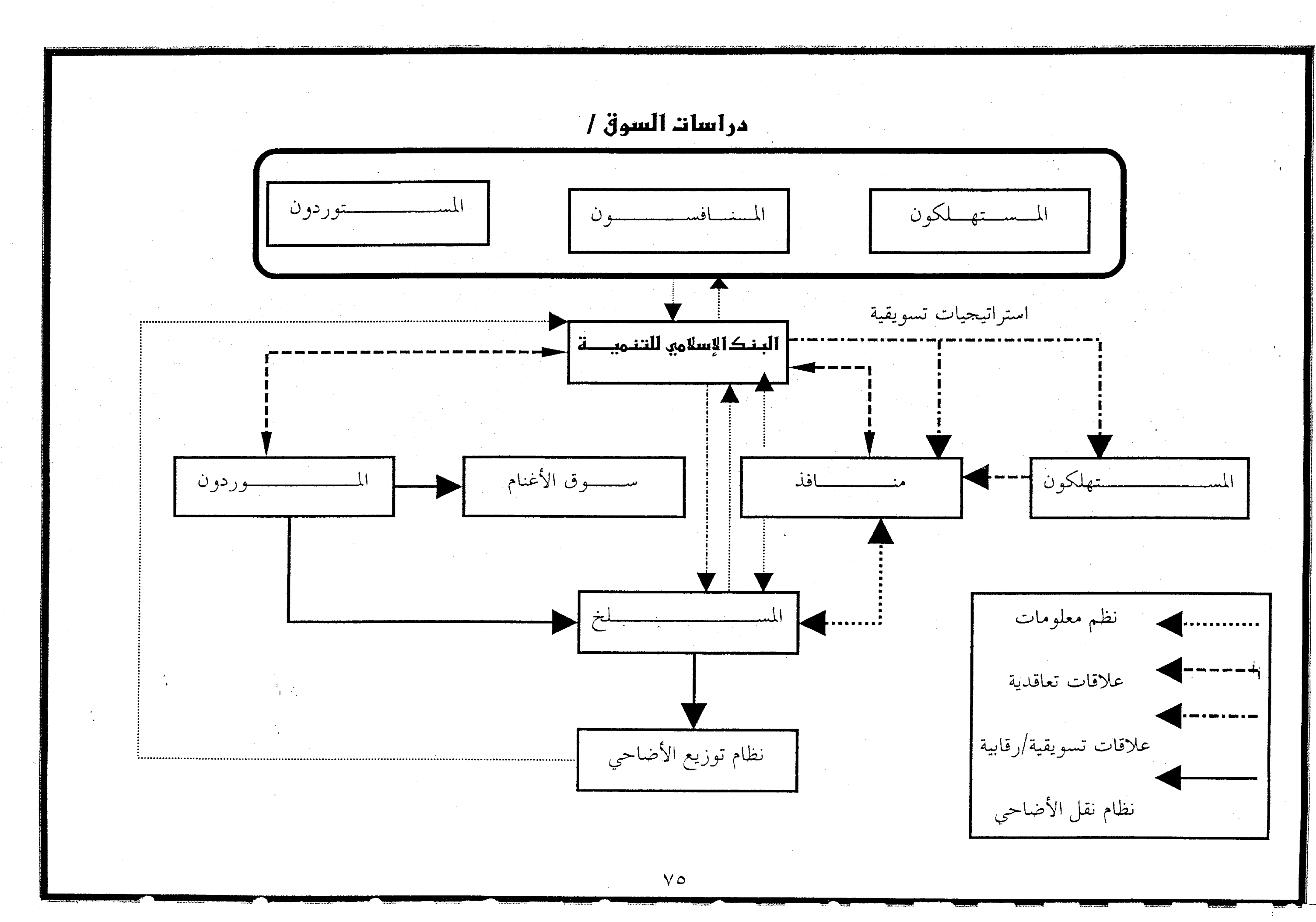
١٤. العمل على إشعار الحاج بان ما ينعم به من إيجابيات التخلص من النفايات ودرء الأمراض المصاحبة لتلك النفايات هي في جانب كبير من أثار فعاليات المشروع.

١٥. العمل على الاستفادة من كون معظم الحجاج يقدمون بالطائرات والعمل على التواصل معهم في طائراتهم عن طريق الوسائل الإعلامية والترويحية.

١٦. الاستمرار في تسهيل مهمة توفير الكوبون للحاج، والنظر في البدائل التقنية، كالآلات المشابهة لآلات الصرف.

١٧. العمل على زيادة فعاليات إلزام منع الباعة المتجولون، والذبح خارج المجازر.

١٨. توسيع نطاق عمل المشروع ليشمل اكثر من مجزرة.



دراسات السوق /
المستهلكون
المنافسون
المستوردون
استراتيجيات تسويقية
البنك الإسلامي للتنمية
المستهلكون
منافذ
سوق الأغنام
المستوردون
المسلخ
نظام توزيع الأضاحي
نظم معلومات
علاقات تعاقدية
علاقات تسويقية/رقابية
نظام نقل الأضاحي

فهرس ا يات

الموضوع رقم الصفحة

مقدمة: ١

المنافسة: ٢

١,٢المجزرة البديلة: ٢

١,١,٢أنواع الذبائح المتوفرة لدى الملاك وكمياتها.. ٣

٢,١,٢نسبة امتلاك الاحواش ومساحاتها ٤

٣,١,٢عدد الحظائر الموجودة في مكة والمستأجرة.. ٤

٤,١,٢توافر خدمات الذبح للحاج وتكاليفها: ٥

٥,١,٢التعاون مع مشروع المملكة:.. ٥

٦,١,٢تأثير وجود مشروع المملكة:.. ٥

٧,١,٢صيغ التعاون مع المشروع.. ٦

٢,٢كبار تجار المواشي: ٦

٣,٢أطراف أخري: ٨

٤,٢مجزرة الجمال ٨

٥,٢النتائج:.. ٩

تحليل المستهلك: ١٠

١,٣جمع المعلومة قبل وبعد الحج:.. ١٠

٢,٣طرق جمع المعلومات: ١٠

١,٢,٣أنواع أدوات جمع البيانات:.. ١١

٢,٢,٣العينة: ١١

٣,٣نتائج المستهلك (الوكلاء): ١٦

١,٣,٣أنواع الحج المحرم به وأنواع الذبائح التي ذبحت. ١٧

٢,٣,٣عملية شراء الذبائح وأماكن ذبحها ١٨

٣,٣,٣التعامل مع مشروع المملكة للافاده من لحوم الهدي والأضاحي.. ١٩

٣,٣,٤الأعمال التي يقوم بها المشروع ويشرف عليها ٢٠

٣,٤الاتجاه النوعي: ٢١

٣,٥نتائج المستهلك (الحاج):.. ٢٥

٣,٥,١قبل الحج: ٢٦

٣,٥,٢بعد الحج: ٤٢

٣,٥,٣هل توجد فروق بين قبل وبعد الحج: ٦٠

مقدمة: ٦١

رسالة ورؤية المشروع: ٦٢

أولاً: استراتيجية المستهلك:.. ٦٣

٦،١ أدوات الاستراتيجية:.. ٦٣

٦,١,١عقد الالتزام: ٦٣

٦,١,٢كوبونات الذبح الزمنية: ٦٥

٦,١,٣المنشورات: ٦٥

٦,١,٤المطويات: ٦٥

٦,١,٥المعلقات: ٦٦

٦,١,٦الفيلم: ٦٦

٦,١,٧شريط أوديو: ٦٧

٦,١,٨اللغة المستخدمة: ٦٧

٦,٢الوسائط المقترحة:.. ٦٧

ثانياً: استراتيجية احتواء المنافسة: ٦٨

٧,١صغار التجار:.. ٦٨

٧,٢المزكين: ٦٩

ثالثا: استراتيجية تحيد الموردين: ٦٩

الاستنتاجات: ٧٠

٩,١المنافسة:.. ٧٠

٩,٢ .... المستهلك: ٧١

٩,٣المشروع: ٧١

١٠ *التوصيات:* *٧٣*

الملاحـــــــــق: ....

....